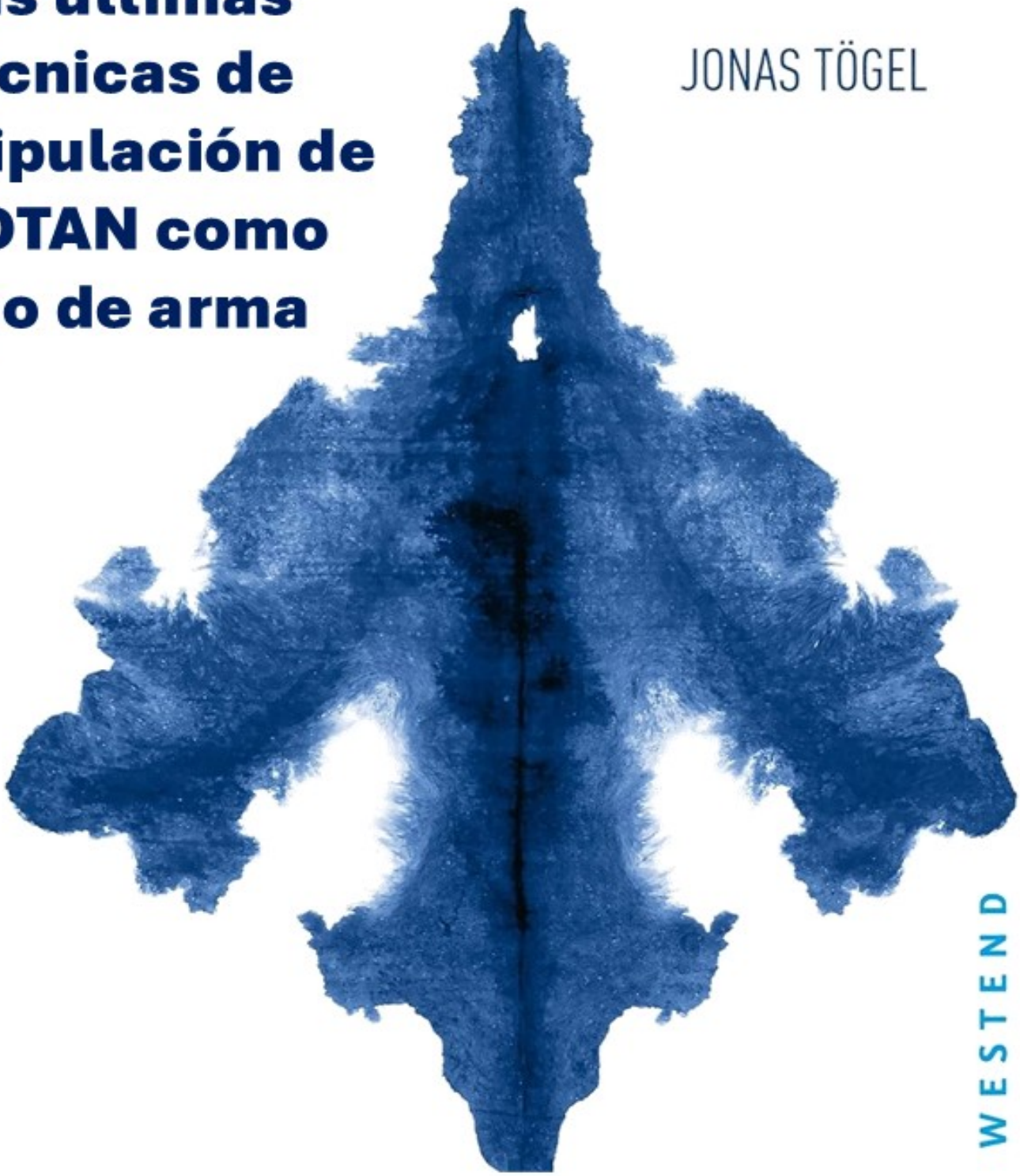
Las últimas técnicas de manipulación de la OTAN como tipo de arma

JONAS TÖGEL



WESTEND

GUERRA COGNITIVA

Índice

Título
Introducción
- La Organización del Tratado del Atlántico Norte
- La distinción entre poder duro y poder blando17
- El poder blando pronto será más importante que el poder duro
- El poder blando: la psique humana es la clave

I Cronología de la guerra cognitiva
- La esfera humana como posible sexto escenario de guerra
- La planificación se ha llevado a cabo intensamente desde 2020
- Simposio sobre la guerra cognitiva
- Concurso de innovación "Contrarrestar la guerra cognitiva
- El tercer clasificado, "Influence Influencers", elige un escenario interesante
- El Desafío a la Innovación de la OTAN atrae poca atención periodística
- Una publicación sobre COVID-19 y la guerra cognitiva del año 2022
- Resumen de la cronología

II La guerra cognitiva como propaganda de guerra
- 1. fundamentos
  - La importancia del poder blando para los militares
  - La naturaleza humana no ha cambiado
  - La guerra cognitiva tiene una larga historia
  - La guerra cognitiva utiliza la propaganda de guerra
- 2 La historia de la propaganda de guerra
  - En el siglo XX se sentaron las bases de la propaganda moderna en Europa y EE.UU.
  - La psicología moderna como "cesta de la compra
  - Psicología de masas
  - Psicoanálisis
  - Conductismo
  - La propaganda de guerra no es difícil de entender
  - Propaganda en acción33

La masacre de Ludlow
El trabajo de la Comisión Creel
Las técnicas se han ampliado desde la Primera Guerra Mundial
La importancia del lenguaje:100 A la propaganda no le gusta que la llamen propaganda
La Segunda Guerra Mundial
3. técnicas de propaganda de guerra desde la Segunda Guerra Mundial hasta nuestros días
El rebaño de ovejas
La tendencia del statu quo
El pastor (o el efecto de la autoridad)
Propaganda de guerra durante el derrocamiento del gobierno en Guatemala (1954)
La pirámide de necesidades de Maslow185
El miedo es un instrumento de propaganda
El proceso de percepción humana
El error de confirmación aprovecha una debilidad del procesamiento humano de la información
El control de la atención aprovecha otro punto débil del procesamiento humano de la información
La manipulabilidad de la actual avalancha de información233
El poder de la repetición
Tres puntos para entender la propaganda
Resumen y conclusión de la guerra cognitiva como propaganda de guerra
III La guerra cognitiva como manipulación digital
Internet lo está cambiando todo, incluida la propaganda
La revolución de la información
La guerra de la información
El lado positivo de la revolución de la información
El lado oscuro de la revolución de la información
El microtargeting y el escándalo de Cambridge Analytica
El escándalo Uber

Las posibilidades de manipulación del motor de búsqueda de Google
La recogida de datos del Proyecto Nightingale de Google
Netflix y el descendiente de Edward Bernays
El departamento de propaganda del Pentágono en 2009
El departamento de propaganda del Pentágono en 2021
El departamento de propaganda del FEM de 2020122
Los guerreros del ejército británico en Facebook
Veriphix gana el concurso de innovación de la OTAN
Resumen de la guerra cognitiva como manipulación digital
IV La guerra cognitiva como manipulación cultural
La amenaza que supone Rusia para la visión occidental del mundo
La amenaza que supone China para la cosmovisión occidental
La manipulación cultural de la OTAN
Resumen de la guerra cognitiva como manipulación cultural
V La guerra cognitiva como tecnología del futuro
La fusión del hombre y la máquina
¿Está la OTAN construyendo un Terminator?
El futuro de las armas biológicas
La militarización (armamentismo45) de la neurociencia46
Resumen de la guerra cognitiva como tecnología del futuro
VI Resumen de la guerra cognitiva
La importancia del poder blando y la guerra cognitiva no deja de crecer
La guerra cognitiva como defensa y ataque
¿Quién es el objetivo de la guerra cognitiva?
Conclusión
VII Actualidad de la guerra cognitiva y posibles salidas
1 La guerra cognitiva y la guerra de Ucrania
Del lado oscuro al claro del poder blando
El lado luminoso del poder blando
Empoderamiento y mirada hacia dentro
Trabajar en red da valor
Empatía y renuncia a la violencia y la manipulación

Resumen
VIII Reconocer, comprender y neutralizar las armas manipuladoras de la guerra cognitiva: una visión general
Epílogo
Notas

WESTEND

Edición Ebook

JONAS TÖGEL

GUERRA COGNITIVA

Las últimas técnicas de manipulación de la OTAN como tipo de arma

WESTEND

Más información sobre nuestros autores y libros:

www.westendverlag.de

La Biblioteca Nacional Alemana recoge esta publicación en la Bibliografía Nacional Alemana; los datos bibliográficos detallados están disponibles en Internet, en http://dnb.d-nb.de.

La obra, incluidas todas sus partes, está protegida por derechos de autor. Queda prohibida cualquier utilización sin el consentimiento del editor. Esto se aplica en particular a las reproducciones, traducciones, microfilmaciones y almacenamiento y procesamiento en sistemas electrónicos.

ISBN: 978-3-86489-422-0

Westend Verlag GmbH, Fráncfort del Meno 2023

Diseño de portada: Buchgut, Berlín

Para Maria y Bernhard

Contenido

Título

La Organización del Tratado del Atlántico Norte
La distinción entre poder duro y poder blando17
El poder blando pronto será más importante que el poder duro
El poder blando: la clave está en la psique humana
I Cronología de la guerra cognitiva
La esfera humana como posible sexto escenario de guerra
La planificación se ha llevado a cabo intensamente desde 2020
El simposio sobre la guerra cognitiva
Concurso de innovación "Contrarrestar la guerra cognitiva
El tercer clasificado, "Influence Influencers", elige un escenario interesante
El Desafío a la Innovación de la OTAN atrae poca atención periodística
Una publicación sobre COVID-19 y la guerra cognitiva del año 2022
Resumen de la cronología
II La guerra cognitiva como guerra
1.
La importancia del poder blando para los militares
La naturaleza humana no ha cambiado
La guerra cognitiva tiene una larga historia
La guerra cognitiva utiliza la propaganda de guerra
2 La historia de la propaganda de
En el siglo XX se sentaron las bases de la propaganda moderna en Europa y EE.UU.
La psicología moderna como "cesta de la compra
Psicología de masas
Psicoanálisis
Conductismo
La propaganda de guerra no es difícil de entender
Propaganda en acción33

La masacre de Ludlow
El trabajo de la Comisión Creel
Las técnicas se han ampliado desde la Primera Guerra Mundial
La importancia del lenguaje:100 A la propaganda no le gusta que la llamen propaganda
La Segunda Guerra Mundial
3. técnicas de propaganda de guerra desde la Segunda Guerra Mundial hasta
El rebaño de ovejas
La tendencia del statu quo
El pastor (o el efecto de la autoridad)
Propaganda de guerra durante el derrocamiento del gobierno en Guatemala (1954)
La pirámide de necesidades de Maslow185
El miedo es un instrumento de propaganda
El proceso de percepción humana
El error de confirmación aprovecha una debilidad del procesamiento humano de la información
El control de la atención aprovecha otro punto débil del procesamiento humano de la información
La manipulabilidad de la actual avalancha de información233
El poder de la repetición
Tres puntos para entender la propaganda
Resumen y conclusión de la guerra cognitiva como propaganda de guerra
III La guerra cognitiva como digital
Internet lo está cambiando todo, incluida la propaganda
La revolución de la información
La guerra de la información
El lado positivo de la revolución de la información
El lado oscuro de la revolución de la información
El microtargeting y el escándalo de Cambridge Analytica

El escándalo Uber
Las posibilidades de manipulación del motor de búsqueda de Google
La recogida de datos del Proyecto Nightingale de Google
Netflix y el descendiente de Edward Bernays
El departamento de propaganda del Pentágono en 2009
El departamento de propaganda del Pentágono en 2021
El departamento de propaganda del FEM de 2020122
Los guerreros del ejército británico en Facebook
Veriphix gana el concurso de innovación de la OTAN
Resumen de la guerra cognitiva como manipulación digital
IV La guerra cognitiva como cultural
La amenaza que supone Rusia para la visión occidental del mundo
La amenaza que supone China para la cosmovisión occidental
La manipulación cultural de la OTAN
Resumen de la guerra cognitiva como manipulación cultural
V La guerra cognitiva como tecnología
La fusión del hombre y la máquina
¿Está la OTAN construyendo un Terminator?
El futuro de las armas biológicas
La militarización (armamentismo45) de la neurociencia46
Resumen de la guerra cognitiva como tecnología del futuro
VI Resumen de la cognitiva
La importancia del poder blando y la guerra cognitiva no deja de crecer
La guerra cognitiva como defensa y ataque
¿Quién es el objetivo de la guerra cognitiva?
Conclusión
VII Actualidad de la guerra cognitiva y posibles
1 La guerra cognitiva y la guerra de
Del lado oscuro al claro del poder blando
El lado luminoso del poder blando
Empoderamiento y mirada hacia dentro

Trabajar en red da valor
Empatía y renuncia a la violencia y la manipulación
Resumen
VIII Reconocer, comprender y neutralizar las armas manipuladoras de la guerra cognitiva: una visión general
Epílogo
Observaciones

Hitos

Título
Índice

Introducción

"La guerra cognitiva ya está entre nosotros. El mayor reto es que es prácticamente invisible; lo único que se ve es su influencia, y entonces... a menudo es demasiado tarde." [1]

- Bernard Claverie y François du Cluzel [2]

Atrás queda una historia casi increíble de guerras con un sufrimiento inconmensurable y muchas muertes. La Primera Guerra Mundial, con unos 16 millones de muertos, y la Segunda Guerra Mundial, con más de 70 millones de muertos, siguen preocupándonos hoy en día. Después de estas dos "grandes" guerras, la conmoción y el despertar tras la violencia fueron especialmente palpables, y una pregunta sigue ocupando a la gente hoy en día: ¿Cómo pudo ocurrir esto?

Hay respuestas a esto desde ámbitos muy diferentes de la sociedad, y disciplinas científicas como la historia, la (geo)política, la sociología, las finanzas y la psicología han aportado muchas respuestas inteligentes. Como consecuencia concreta, el movimiento pacifista se hizo más fuerte, sobre todo después de la Segunda Guerra Mundial. Además, los horrores de esta guerra dieron origen a las Naciones Unidas y a la proscripción y prohibición internacional de las guerras de agresión.

Sin embargo, la violencia no cesa, de modo que las guerras y el sufrimiento siguen entre nosotros hoy en día. Poco después de la Segunda Guerra Mundial, comenzó la Guerra Fría, que dio lugar a muchas otras guerras, como la de Vietnam y la de Guatemala. El nuevo milenio trajo la llamada guerra contra el terrorismo, que continúa hasta hoy y se ha cobrado al menos un millón de vidas sólo en Irak.

Por ello, la cuestión de por qué se producen las guerras sigue siendo, desgraciadamente, de actualidad. ¿Cómo es posible que se produzcan y por qué todavía hoy es posible hacer guerras, aunque sean inmorales, crueles y perjudiciales para la inmensa mayoría de la población y violen el derecho internacional?

Hay muchas respuestas a esta pregunta en niveles muy diferentes, y la historia, la política y otras ciencias han aportado interesantes perspectivas y valiosas explicaciones.

A menudo se olvida aquí una perspectiva, a saber, el aspecto de la propaganda de guerra. La influencia psicológica dirigida sobre los pensamientos y sentimientos de las personas no sólo ha sido una disciplina científica desde la Primera Guerra Mundial a más tardar, sino que también ha desempeñado un papel fundamental en hacer posibles las guerras y sigue haciéndolo hoy en día. Cuando se habla de propaganda de guerra, mucha gente puede pensar en Joseph Goebbels, Stalin o Hitler, y es cierto que todos ellos practicaron una propaganda de guerra muy eficaz.

Cuando pregunto al público de mis conferencias o seminarios a quién le suenan los nombres de Edward Bernays o George Creel, está claro que estas dos personas de son mucho menos conocidas. Sin embargo, fueron precisamente ellos quienes ejercieron una influencia decisiva en el desarrollo de la propaganda de guerra con base científica desde la Primera Guerra Mundial. Sería un error pensar que este periodo está tan lejos en el pasado que los hallazgos de entonces ya no son relevantes hoy en día y que ya no existe propaganda de guerra. Todo lo contrario: en los últimos 120 años se han perfeccionado y mejorado continuamente diversas técnicas bien estudiadas para influir en las personas. Las técnicas de manipulación siguen haciendo posible llevar a la gente a guerras terribles una y otra vez.

Por eso no es de extrañar que los militares sigan trabajando en el perfeccionamiento de las técnicas de manipulación. La forma más moderna y avanzada de esta guerra se denomina "guerra cognitiva".

Es el tema de este libro.

Es importante comprender que los ejércitos y gobiernos de varios países están investigando intensamente este nuevo tipo de guerra y que, junto a

Estados Unidos, China y Rusia son las principales fuerzas impulsoras, al menos según la OTAN.

Puede que tenga razón al afirmar que Rusia y China también están impulsando la guerra cognitiva3 . Por lo tanto, sería interesante analizar los programas de guerra cognitiva de Rusia y China, pero resulta difícil debido a la barrera lingüística y al hecho de que no siempre es fácil acceder a las fuentes.

No hay duda, sin embargo, de que la OTAN está promoviendo activamente la guerra cognitiva y, por tanto, quiere llevar la propaganda de guerra y la manipulación asociada de la población a un nivel completamente nuevo, y esto puede documentarse bien.

Por lo tanto, este libro se centrará en la guerra cognitiva de la OTAN, que se viene promoviendo cada vez más desde 2020 a más tardar.

Es de gran actualidad y se considera "uno de los temas más candentes para la OTAN en este momento", como subraya el ex teniente coronel francés y director de innovación del IHub François du Cluzel4. 5

La seriedad con la que la alianza militar se toma su último programa de manipulación se desprende también del hecho de que, paralelamente a los planes de guerra cognitiva, se creará un nuevo y sexto escenario de guerra: la "esfera humana "6 .

Este "largo proceso "7 no ha hecho más que empezar y es importante seguir examinándolo críticamente. El nuevo teatro de guerra se está librando con las armas psicológicas de la guerra cognitiva. Se están utilizando las técnicas de manipulación más modernas y avanzadas con el objetivo de apuntar a cada persona.

La guerra cognitiva tiene muchas facetas, todas ellas tratadas en este libro. En el capítulo siguiente se examinan la cronología y los pasos concretos de la planificación de la OTAN desde 2020, antes de explicar las facetas individuales de la guerra cognitiva. Para comprender estas armas psicológicas de la guerra cognitiva, primero debemos remontarnos a la historia de la propaganda bélica. La guerra cognitiva no es un caso aislado,

sino que se ha desarrollado a partir de una larga tradición de propaganda, guerra psicológica y guerra de información. A más tardar desde la guerra contra el terrorismo, este ámbito psicológico de la guerra ha adquirido una importancia masiva: Cuando EE.UU., como nación líder de la OTAN en la guerra contra el terror, tuvo que darse cuenta de que, a pesar de una "victoria en el campo de batalla" en Irak, por ejemplo, no había un "éxito político duradero "[8] , quedó cada vez más claro que la batalla por la mente y el corazón de las personas es crucial y que, por tanto, su importancia seguirá creciendo en el futuro.

Por esta razón, la guerra cognitiva se plantea ahora si el "campo de batalla tradicional" sigue siendo necesario en absoluto si la manipulación psicológica puede lograr resultados más sostenibles y mejores.

Como consecuencia directa de estos descubrimientos, el aspecto psicológico de la guerra se ha visto cada vez más reforzado y ampliado en las últimas décadas, un desarrollo que ha alcanzado su punto álgido actual en la guerra cognitiva. Por eso este libro explica los diferentes aspectos de la guerra cognitiva, así como el camino que la OTAN ha planeado para el futuro.

En primer lugar, se hablará de la OTAN, que como alianza militar está investigando intensamente la guerra cognitiva como una de sus armas más importantes. A continuación se explica la distinción fundamental entre fuerza militar (hard power) e influencia psicológica (soft power). En el siguiente capítulo, se presenta el desarrollo actual del programa de manipulación de la OTAN desde 2020, lo que pone de relieve la gran actualidad del tema.

Esto sirve de base para la discusión de las diversas facetas de la guerra cognitiva, que ahora practica la OTAN como consecuencia directa de los desarrollos militares y psicológicos que la precedieron. A continuación se presenta un resumen de este programa, antes de que el capítulo final examine las formas de neutralizar la guerra cognitiva que nos capacitan a cada uno de nosotros para resistir incluso a los métodos de manipulación más modernos.

En aras de la claridad, estos métodos de manipulación de la guerra cognitiva se resumen en una lista en el último capítulo.

La Organización del Tratado del Atlántico Norte

La OTAN, u Organización del Tratado del Atlántico Norte, se fundó en Washington el 4 de abril de 1949 y contaba entonces con doce Estados miembros. En sus más de 70 años de historia, la alianza ha crecido hasta contar con 30 países.[9] Gran parte de los nuevos países miembros se encuentran en Europa del Este y se unieron a la alianza tras el fin de la Unión Soviética.

Durante la Guerra Fría, la OTAN era una alianza militar occidental y capitalista, y el Pacto de Varsovia, fundado el 14 de mayo de 1955, era una alianza militar oriental y comunista.

Tras el colapso de la Unión Soviética, el Pacto de Varsovia, principal adversario de la OTAN, se disolvió en 1991. Debido a esta evolución histórica, muchos se preguntan aún hoy por qué no se disolvió también la OTAN.[10] El intelectual estadounidense Noam Chomsky lo resume así:

"La justificación oficial de la OTAN era que su propósito era proteger a Europa Occidental de las hordas rusas que podrían atacar Europa Occidental. No quiero preguntar hasta qué punto era plausible esa explicación, pero al menos esa era la explicación oficial. Pues bien, en 1990/1991 no había hordas rusas. La conclusión natural - OK, disolvamos la OTAN. Ocurrió lo contrario, la OTAN se expandió. "[1 1]

Esto es sorprendente, porque el entonces Presidente de la Unión Soviética, Mijaíl Gorbachov, propuso una "casa común de Europa" con "derechos y obligaciones iguales" para todos los Estados que pudieran convivir pacíficamente en cooperación.[12] Esta sabia propuesta habría requerido importantes cambios políticos por ambas partes, que desgraciadamente no se produjeron.

Para la OTAN, la cuestión de su razón de ser y legitimación entre la población sigue siendo por tanto un tema de actualidad, que se tratará con más detalle en los siguientes capítulos.

Otro aspecto controvertido es la expansión de la OTAN hacia el este: no sólo siguió existiendo tras la caída del Muro de Berlín, sino que continuó expandiéndose hacia el este, lo que ha provocado tensiones con Rusia hasta el día de hoy. En realidad, estas tensiones podrían haberse evitado, ya que en el año 2000, el presidente ruso Vladimir Putin llegó a sugerir que Rusia podría entrar en la OTAN: "¿Por qué no? ¿Por qué no? No excluyo tal posibilidad... en el caso de que se tengan en cuenta los intereses de Rusia, si se convierte en un socio igualitario "[13] , Putin es citado en el *Washington Post*.

Sin embargo, la OTAN no respondió a esta propuesta. El publicista Hauke Ritz está convencido de que este rechazo de la OTAN procedía de EE.UU. y tenía razones estratégicas: "La estructura de poder existente con EE.UU. como hegemón ya no habría tenido una validez indiscutible [si Rusia hubiera entrado en la OTAN]".[14] Ritz cree que la razón del rechazo de la OTAN fue la similitud cultural entre Rusia y Europa. Si Rusia hubiera sido aceptada en la OTAN, se habría producido un contra-diseño del modelo de sociedad estadounidense , un tema que se tratará en detalle en relación con el aspecto cultural de la guerra cognitiva (Capítulo 5. "La guerra cognitiva como manipulación cultural").

En la actualidad, la alianza militar debe, por tanto, explicar y justificar una y otra vez su existencia, su expansión y el elevado gasto en defensa de sus Estados miembros, lo que no siempre resulta fácil. Este ha ido en constante aumento durante muchos años y alcanzó un nuevo máximo de alrededor de 1,175 billones de dólares estadounidenses en 2021.[15] Sólo EE.UU., como miembro más poderoso, invirtió más de 800.000 millones en su armamento. Esto significa que el gobierno estadounidense fue, con diferencia, el que más dinero gastó en su ejército, con China en segundo lugar, con 293.000

millones de dólares, seguida de India (76.600 millones de dólares), Reino Unido (68.400 millones de dólares) y Rusia (65.900 millones de dólares).[16]

Una gran parte de estas sumas increíblemente elevadas de dinero fluye hacia nuevas armas, por lo que no es difícil comprender que una alianza militar considere el poder duro, es decir, la fuerza militar, como su tarea.

Resulta fácil olvidar que además de ejercer el poder duro existe otra área de responsabilidad que resulta fundamental para todo ejército: el poder blando. A continuación explicaremos con más detalle ambas áreas, el poder duro y el poder blando de la OTAN.

La distinción entre poderpoder blando[17] duro y

"Debemos recordar que lo que el enemigo informa desde el frente en tiempos de guerra es siempre propaganda, y lo que nosotros informamos desde el frente es verdad y sinceridad, la causa de la humanidad y una cruzada por la paz."[18]

- Walter Lippmann

El ámbito del poder duro es fácil de entender, ya que podemos reconocer fácilmente la violencia manifiesta. Puede ser sobre nuestro propio cuerpo, por ejemplo cuando nos obligan a hacer algo que no queremos.

Sin embargo, desde un punto de vista psicológico, esta coacción no es muy deseable, ya que la coacción tangible suele provocar resistencia. La razón de esta resistencia reside en el deseo de autodeterminación de toda persona, que es una necesidad psicológica básica bien documentada.[19] Richard Ryan, uno de los investigadores más conocidos en este campo, lo explica así: toda persona tiene "tendencias profundamente arraigadas", las llamadas "necesidades psicológicas básicas", la primera de las cuales es la necesidad de autonomía o autodeterminación.[20]

Es comprensible que la mayoría de la gente rechace el uso del poder duro, que suele provocar resistencia. Sin embargo, hoy en día sigue habiendo guerras y violencia abierta.

La OTAN también tiene el ejercicio del poder duro como una de sus tareas principales. Aunque se describe a sí misma como una alianza de defensa, la alianza militar ha utilizado repetidamente la fuerza militar a lo largo de su historia. Por ejemplo, los países de la OTAN atacaron Serbia en 1999, Irak en 2003 y más tarde Libia (2011) y Siria (desde 2014).

La OTAN ha definido los llamados teatros de guerra para poder llevar a cabo estas batallas en el área del poder duro. Se encuentran allí donde vuelan aviones de combate o drones, donde operan tanques y barcos y, más recientemente, donde vuelan satélites o misiles. Internet es también un importante teatro de guerra, ya que conecta todos los demás teatros de guerra.[2 1]

Actualmente, la OTAN cuenta con cinco teatros de guerra: los tradicionales son *el marítimo*, el *terrestre* y el *aéreo*. En los últimos años se han ampliado para incluir *Internet* o "*ciberespacio*" (a partir de 2016) y *el espacio exterior* o "*espacio*" (a partir de 2019). No es difícil imaginar qué se entiende por agua, tierra o aire y cómo combaten los militares en estos teatros de guerra. Los soldados conducen un tanque, pilotan un avión, un dron o dirigen un barco.

El papel de la OTAN está ahora bien documentado y hay muchos libros e informes que tratan de sus guerras, que no siempre se ajustan al derecho internacional.[2 2]

Es fácil olvidar que, además del ejercicio del poder duro, existe una segunda área de responsabilidad, al menos igual de importante, para todo militar: el poder blando. Es menos conocido y, sin embargo, igual de importante, porque sin poder blando no es posible en absoluto el ejercicio del poder duro.[2 3]

El área del poder blando es tan importante para la OTAN que ahora está considerando añadir otro teatro de guerra a los cinco existentes: el "dominio humano".[2 4]

A diferencia del poder duro, no se trata de violencia directa, sino de manipulación que a menudo pasa desapercibida. "El poder blando es la capacidad de persuadir a los demás para que hagan lo que uno quiere sin utilizar la fuerza ni la coacción", explica el profesor de política estadounidense Joseph Nye.[25] El poder blando describe, por tanto, todas las técnicas que pueden utilizarse para controlar a las personas de tal forma que ni siquiera se den cuenta de que están siendo influidas. Para desarrollar estas armas de manipulación se utilizan diversos campos de la ciencia, como la psicología, las ciencias sociales, la historia, los estudios culturales y la lingüística.

Mucha gente suele descuidar y prestar poca atención a las técnicas de poder blando cuando se plantean conflictos. Pero a los ojos de un militar, lo que la gente piensa de las bombas lanzadas sobre un objetivo, por ejemplo, es al menos tan importante como si dan en el blanco y causan el daño que pretenden.[2 6]

Un ejemplo del uso del poder blando en combinación con la fuerza militar para dirigir la opinión pública es el lanzamiento de la mayor bomba estadounidense no nuclear el 13 de abril en la provincia afgana de Nangarhar.[27] También se la conoce como la "Madre de Todas las Bombas" (MOAB) por su potencia explosiva. Cuando resultó que la bomba no había matado a 36 personas como se pensaba en un principio, sino a 94, el Ministerio de Defensa utilizó una particular estrategia de comunicación para defender su lanzamiento como justo y necesario. "Afortunadamente, no hay noticias de civiles muertos", cita Der *Spiegel* a un representante del Departamento de Defensa de Estados Unidos[28] , que hasta 1947 aún se llamaba "Departamento de Guerra". "Esta es la munición adecuada para despejar estos obstáculos y mantener el impulso de nuestra ofensiva contra el EI", afirmó el comandante de las tropas estadounidenses en Afganistán, el general John Nicholson.[29] La palabra "obstáculos" no evoca inicialmente la idea de personas asesinadas, pero eso es exactamente lo que ocurrió. Por

tanto, estas declaraciones públicas pueden considerarse una herramienta para dirigir los pensamientos y sentimientos de la gente en la guerra.

Sin embargo, la publicación de comunicados de prensa o declaraciones oficiales es sólo una de las muchas herramientas utilizadas en el ámbito del poder blando. En los siguientes capítulos sobre las distintas facetas de la guerra cognitiva, se presentarán diversas herramientas de este tipo y se utilizarán ejemplos concretos para explicar cómo puede utilizarse el poder blando para influir en las personas.

El poder blando pronto será más importante que el poder duro

Aunque el poder duro siga desempeñando un papel y se siga utilizando la fuerza, la OTAN está observando un nuevo reparto de papeles. El poder duro será cada vez menos importante, pero aumentará la importancia del poder blando. Esto no sólo se aplica a las guerras, sino que es una tendencia general que también está cambiando la política internacional y las sociedades de todo el mundo.30 Por este motivo, la guerra cognitiva cobrará cada vez más importancia, ya que como programa para recopilar y aplicar diversas técnicas de poder blando, pretende manipular los pensamientos y sentimientos de las personas de forma selectiva e imperceptible.

"Aunque la psicología siempre ha sido importante en la guerra, sólo recientemente ha llegado a serlo tanto como para marcar la diferencia entre la victoria y la derrota. [...] Si la fuerza cinética [es decir, el poder duro] no puede derrotar al enemigo, ¿qué puede hacerlo? Aquí la psicología y las ciencias sociales y del comportamiento afines [es decir, el poder blando] pueden llenar el vacío", afirma el psicólogo militar Michael Matthews, del InstitutoUnidos31 Naval de Estados al describir el cambio de importancia hacia el poder blando.3 2

La razón de ello radica también en los diferentes efectos del poder duro y el poder blando, que se explicarán con más detalle en el próximo capítulo. Matthews insinúa la diferencia: "Hemos visto una y otra vez que la fuerza militar sólo alimenta la agresión y la ira. Puede ser la respuesta más adecuada, pero a menudo no es una solución a largo plazo".[33] Esta fue la experiencia de EE UU en la guerra contra el terrorismo. Aunque lograron victorias militares con relativa facilidad, no se ganaron los corazones y las mentes de la gente, razón por la cual, por ejemplo, la prolongada ocupación de Afganistán fracasó y terminó con la retirada de la OTAN en 2021.[3 4]

El profesor de periodismo de la Universidad de Relaciones Internacionales de Moscú Igor Yakovenko cree que Rusia también ha entendido el cambio hacia el poder blando: "Si los anteriores regímenes autoritarios consistían en tres partes de violencia y una de propaganda, este régimen consiste prácticamente sólo en propaganda y relativamente poca violencia", afirma Yakovenko[35] , criticando al gobierno ruso.

François du Cluzel[36] resume así la creciente importancia de las herramientas de manipulación psicológica: "La psicología y las ciencias sociales siempre han sido muy importantes para la guerra, y mientras ésta se aleja de las operaciones cinéticas [es decir, el poder duro], ellas [es decir, las técnicas de poder blando] podrían ser el nuevo cambio de juego".[3 7]

Por lo tanto, merece la pena profundizar en el poder blando y explicar a continuación el uso de técnicas de poder blando con fines de propaganda bélica, ya que constituye una base esencial de la guerra cognitiva actual.

El poder blando: la clave está en la psique humana

"En la guerra cognitiva, conocerse a uno mismo es más importante que nunca."[3 8]

- Zac Rogers

Las técnicas de poder blando pueden utilizarse para influir en las personas de tal manera que ni siquiera se den cuenta de que están siendo influidas. La guerra cognitiva gira en torno a este tipo de influencia, por lo que las técnicas de poder blando son tan importantes para la guerra cognitiva como los cañones o los tanques para un ejército, ya que proporcionan las armas con las que funciona la guerra cognitiva.

Si es posible influir en las personas de forma inconsciente, esto nos lleva a preguntarnos por qué y cómo es posible. ¿Por qué se puede llevar a la gente a una "conformidad automática e irreflexiva "[39] mediante el uso del poder blando, como lo describe el profesor estadounidense e investigador del poder blando Robert Cialdini en una entrevista con el conocido tertuliano Larry King.

La respuesta está en nosotros mismos, más concretamente en la estructura de nuestra psique, nuestra percepción y nuestro procesamiento de la información. Nuestra psique está diseñada de tal manera que no podemos percibir conscientemente gran parte de lo que surge en nuestros pensamientos y sentimientos y de lo que caracteriza nuestras acciones.

Esto puede sonar inusual al principio, pero está bien documentado en la investigación psicológica que la mayoría de los procesos psicológicos se encuentran bajo la superficie del agua, como un iceberg. Al igual que un iceberg, lo que es realmente visible es sólo la parte más pequeña de lo que realmente nos hace funcionar.[40]

En un libro de texto sobre psicología de la personalidad, esto se formula de la siguiente manera: "Ya no cabe ninguna duda de que la inmensa mayoría del procesamiento de la información humana tiene lugar en realidad por debajo del umbral de la conciencia y no puede llevarse a la conciencia ni siquiera con el mayor esfuerzo de voluntad. "[41]

La gran parte inconsciente del ser humano es objeto de investigación (psicológica) desde hace mucho tiempo. En los últimos 120 años, la psicología, las ciencias sociales, la lingüística y las ciencias de la comunicación, entre otras, han avanzado mucho en la investigación de estas zonas de la psique que no son accesibles a las propias personas. Por ello, las

técnicas utilizadas por la guerra cognitiva para influir en esta área también pueden denominarse técnicas de poder blando.

Si se imagina la parte inconsciente del ser humano como una máquina, entonces las técnicas de poder blando son como una colección de herramientas con las que se puede trabajar en la psique humana y "atornillar" para dirigir los pensamientos y sentimientos en la dirección deseada.

Para Robert Cialdini, entre cuyos clientes se encuentra la OTAN, esto suena menos inofensivo: no habla de herramientas, sino de "armas de influencia "[42] .

A diferencia de las "armas" del poder duro, como los misiles o las balas, los humanos apenas sentimos esas "armas de influencia". Y mientras que la violencia o la coacción no hacen que las notemos, sino que desarrollemos una resistencia a ellas, la resistencia a las técnicas de poder blando es inicialmente mucho más difícil. Por ello, los especialistas en propaganda están convencidos de que el poder blando es incluso más poderoso que el poder duro: "Descubrí que las ideas son armas e incluso más eficaces que las balas", según el "padre de las relaciones públicas" Edward Bernays.[43] Al desarrollo de estas armas de influencia le ocurre lo mismo que al desarrollo de las armas de guerra: Por un lado, se desarrollan constantemente para encontrar armas cada vez nuevas y más eficaces. Por otro lado, hay armas que se han probado durante más de 100 años y siguen utilizándose hoy en día. Un fusil de la Primera Guerra Mundial sigue funcionando de forma similar a un fusil moderno. Del mismo modo, las técnicas de propaganda de esta época siguen siendo eficaces y siguen utilizándose hoy en día.

Aunque la investigación psicológica lo ha reconocido, no le gusta hablar abiertamente de las posibilidades del poder blando. Por ello, hay que buscar mucho para encontrar el término. Una de las escasas definiciones en el contexto psicológico define las técnicas de influencia "blanda" del siguiente modo: "Se trata de estrategias de influencia que suelen considerarse ofensivas y representan formas de manipulación. Estas técnicas de

influencia también pueden ser especialmente eficaces porque el control imperceptible del comportamiento no genera reactancia [es decir, resistencia]. "[4 4]

Hay muchas técnicas diferentes que pueden utilizarse, y áreas muy distintas de la psique humana a las que se dirigen las herramientas.

Esto suena muy abstracto, así que la mejor manera de explicar el poder blando en este punto es con un ejemplo concreto de la psicología. Mucha gente conoce las llamadas ilusiones ópticas. Una de las ilusiones más conocidas son las tablas retorcidas creadas por el psicólogo estadounidense Roger N. Shepard.[4 5]

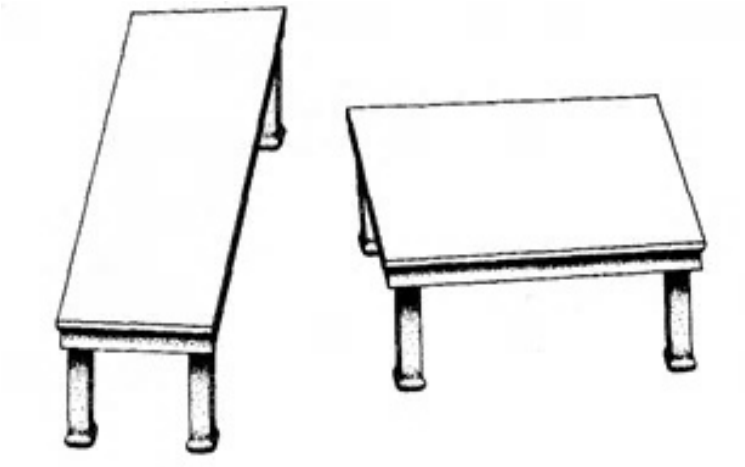


Figura 1: Las mesas giradas por Roger N. Shepard [4 6]

La ilusión se basa en la percepción humana y el procesamiento de la información, que han sido muy bien investigados. Aunque es casi imposible de reconocer a primera vista y sin medir, los dos tableros de la mesa tienen la misma superficie (sólo está girada). Esta ilusión se sigue citando hoy en día en el campo de la investigación sobre el poder blando y se considera una prueba de "que nos equivocamos sistemáticamente "[47 .]

Se eligió este ejemplo porque también aparece en un documento sobre la guerra cognitiva. Esto significa que la OTAN también participa en la investigación psicológica , reconoce esta ilusión óptica y la cita como

ejemplo de por qué se puede guiar a la gente con poder blando en la guerra cognitiva.[4 8]

En sus dossieres, recopila y relaciona las más diversas técnicas de manipulación para poder utilizar el mayor número posible de estas herramientas (o armas de influencia) en la guerra cognitiva como desarrollo de la propaganda bélica y la guerra de información. Son precisamente estos mecanismos inconscientes, inherentes a todas las personas, los que ofrecen la posibilidad de influir y controlar inconscientemente a la población, por lo que se encuentran en el centro de la guerra cognitiva.

Los ámbitos de aplicación en los que la guerra cognitiva utiliza estas técnicas pueden dividirse en cuatro áreas generales, todas las cuales pueden considerarse parte de la guerra cognitiva:

- Propaganda de guerra,
- manipulación digital,
- manipulación cultural,
- Tecnologías del futuro y neurociencias.

En este libro se dedica un capítulo a cada una de estas cuatro áreas, en el que se aborda la aplicación de las técnicas de poder blando, su desarrollo histórico y la investigación al respecto. Siguiendo la cronología, se explican con más detalle las cuatro áreas de la guerra cognitiva. Esta sección va seguida de un resumen antes de abordar finalmente la guerra cognitiva en nuestra vida cotidiana y lo que cada individuo puede hacer para neutralizarla. El libro está escrito de forma que pueda ser comprendido por cualquier persona, incluso sin conocimientos previos.

I Cronología de la guerra cognitiva

"El sexto dominio [se refiere al teatro de guerra de la OTAN], un dominio en el que la influencia y el control mental permiten al adversario evitar la confrontación directa, que siempre es costosa y a menudo arriesgada." [1]

- Hervé Le Guyader

La guerra cognitiva ya no es un concepto abstracto y teórico, sino que ya está teniendo lugar en este momento con todos los medios disponibles, aunque no siempre se etiquete como tal. 2

A raíz de esta evolución, la OTAN está actualmente en vías de definir un nuevo y sexto teatro de guerra que se libraría con las armas de la guerra cognitiva, y aquí debe elegir entre el "dominio cognitivo" y el "dominio humano", que sería un objetivo más "ambicioso". 3

Este proceso de definición de un nuevo y sexto campo de batalla es largo y merece la pena echar un vistazo a su historia para comprender los pasos de la planificación y la gran relevancia que la guerra cognitiva tiene para todos nosotros hoy en día.

No se sabe con certeza cuándo se utilizó el término por primera vez, pero una de las primeras publicaciones fue probablemente un análisis del ex comandante de la Marina Stuart Green en 2008, cuando la revolución de la información ya estaba en pleno apogeo. Stuart sostiene que los musulmanes árabes podrían "destruir Israel" con éxito y "expulsar a EE.UU. de Oriente Medio" mediante la guerra cognitiva, a pesar de su inferioridad militar. 4

Bernard Claverie y François du Cluzel no parecen estar familiarizados con este expediente; para ellos, el término guerra cognitiva se utilizó por

primera vez en los Estados Unidos de América en 2017.[5] En aquel momento, las posibilidades de Internet como medio de manipulación estaban mucho mejor investigadas que en 2008, y las ciencias NBIC también habían hecho grandes progresos, que a su vez iban a utilizarse como armas de poder blando en la guerra de la información. Tanto las posibilidades de manipulación que ofrece Internet como el concepto de ciencias NBIC se describen con detalle en los capítulos 3 y 5.

Claverie y du Cluzel citan al autor del dossier de 2017 con una definición de guerra cognitiva, que la describe como un conjunto de formas de "manipular los mecanismos cognitivos de un enemigo o de sus ciudadanos, con el objetivo de debilitarlos, penetrarlos, influir en ellos o incluso subyugarlos o destruirlos "[6] . Esto muestra la radicalidad de la guerra cognitiva incluso en los primeros esbozos, que en última instancia también tiene como objetivo la "destrucción" de las personas.

En los años siguientes, diversos think tanks u otras organizaciones publicaron análisis sobre la guerra cognitiva, como un análisis de "The Cove", la "plataforma de desarrollo" del ejército australiano, en el que los autores subrayan que "la guerra cognitiva es la batalla que tenemos" y que hay que afrontarla.[7] Los autores afirman correctamente que la guerra cognitiva "es la guerra de la información", pero va más allá y "añade algo más".

Otro ejemplo es el ensayo del Belfare Centre titulado "Guerra cognitiva: la amenaza rusa a la integridad de las elecciones en los Estados bálticos" de noviembre de 2019.[8] Estos análisis siempre hacen hincapié en la importancia de mejorar constantemente las técnicas de manipulación para controlar los pensamientos y sentimientos de las personas de manera más eficiente.

La esfera humana como posible sexto escenario de guerra

Bajo el liderazgo de los think tanks estadounidenses y afiliados a la OTAN, la teoría de la guerra mental y sus técnicas se han desarrollado continuamente, y a partir de 2020 esto llevó a consideraciones concretas para definir a los humanos como un nuevo teatro de operaciones o teatro de guerra. 9

Para la OTAN, las áreas operativas son aquellas en las que se utilizan en combate tanto el poder duro como el poder blando. Si se piensa en tanques, barcos o aviones, no es difícil imaginar el agua, la tierra y el aire como tres de las actuales áreas de operaciones. A estos se han unido internet ("ciberespacio "10) desde 2016 y el espacio exterior ("espacio")11 desde 2019.

Aunque Internet ya abarca el espacio digital, este aspecto digital de la guerra de la OTAN no es suficiente. Para la OTAN, la guerra de la información y, por tanto, los pensamientos y sentimientos de las personas son tan importantes que quiere definir a las propias personas como teatro de operaciones. Por el momento, las publicaciones indican que un sexto teatro de guerra parece estar firmemente planeado - sólo tenemos que decidir si llamarlo el "dominio cognitivo" o el "dominio humano". En otras palabras, o bien la mente, los pensamientos de las personas y los procesos de procesamiento de la información son el objetivo, o bien el ser humano en su conjunto. La OTAN no debe tomar esta decisión a la ligera: Definir un nuevo campo de batalla es una "tarea muy compleja" y por eso el proceso de selección debe ser "duro y riguroso", afirma Hervé Le Guyader, porque en última instancia "¡sólo puede haber un sexto campo de batalla!".1 2

Las definiciones actuales de guerra cognitiva, que suele describirse como una especie de desarrollo y modernización de la guerra de la información, demuestran lo importante que la OTAN considera la guerra de la información. Claverie y du Cluzel escriben al respecto:

"La guerra cognitiva combina todos los elementos de la guerra de información -incluidos los aspectos operativos de la psicología y la neurociencia [...]- para la acción militar. Se encuentra en la intersección de

dos ámbitos operativos que antes se gestionaban por separado: PsyOps y operaciones de influencia (soft power), por un lado, y las operaciones cibernéticas (ciberdefensa), cuyo objetivo es degradar o destruir las fuentes físicas de información, por otro. Este solapamiento permite aunar conceptos y puntos de vista de diferentes grupos de interés científicos, militares o de inteligencia para desarrollar un enfoque interdisciplinar del impacto de la tecnología en la humanidad. "[1] [3]

Una vez más, el alcance de la guerra cognitiva queda claro aquí, y cuántas áreas de la sociedad deben incluirse en los esfuerzos de manipulación como parte de la guerra de la información.

La planificación se ha llevado a cabo intensamente desde 2020

Desde 2020, cuando surgieron las primeras ideas concretas para un nuevo campo de batalla, han aparecido una serie de publicaciones que daban a conocer el tema dentro de la OTAN. Para los autores resultaba importante presentar la guerra cognitiva a las altas esferas de la alianza militar de forma que se despertara su interés y se pudiera impulsar la planificación.

Un primer documento fue "Weaponization of neurosciences" (Armatización de las neurociencias), del fundador del Centro Europeo de Comunicación y ciberexperto Le [Guyader][14] . Se publicó en febrero de 2020 para el estudio "Warfighting 2040" del Mando Aliado de Transformación (ACT, Mando Aliado de Transformación, responsable de las estrategias y el desarrollo ulterior de la OTAN).[1] [5]

Le siguió en septiembre de 2020 la publicación "El sexto dominio de operaciones de la OTAN "[16] ("The Sixth Domain of Operations of NATO"), de la que Le Guyader fue de nuevo responsable. Está escrito en un estilo narrativo y describe escenarios ficticios que pretenden servir como material de reflexión para los más altos niveles de liderazgo de la OTAN.[17] Le Guyader escribió el documento junto con el experto en defensa August

Cole18 para el Centro de Innovación de la OTAN. Todavía no es una publicación oficial de la OTAN, pero ha conseguido llegar a "los más altos niveles de liderazgo de la OTAN "19 - y ése era su objetivo.

Junto a Le Guyader, el ex teniente coronel francés François du Cluzel recibió el encargo de impulsar el tema con su equipo del Innovation Hub. Uno de los resultados de este trabajo es el dossier "Cognitive Warfare" de noviembre de 2020.20 A diferencia de Cole y Le Guyader, du Cluzel no describe escenarios ficticios, sino que proporciona un análisis exhaustivo y científico que arroja luz sobre muchas facetas de la guerra cognitiva y aboga firmemente por definir el "dominio humano" como sexto escenario de guerra.2 1

Las publicaciones "NATO's Sixth Domain of Operations" y "Cognitive Warfare" impresionaron a los altos mandos de la OTAN y al Mando Aliado de Transformación, uno de los dos centros de mando estratégico de la Alianza.

A raíz de las advertencias sobre la urgencia de trabajar más intensamente en la guerra cognitiva y avanzar en una sexta área de operaciones, se celebraron varias reuniones de trabajo y un concurso de innovación.

Una de esas reuniones de trabajo fue el Taller sobre Cognición, celebrado del 1 al 3 de junio de 2021.22 En él, la guerra cognitiva se describe acertadamente como "la forma más avanzada de manipulación disponible en la actualidad".23 Los autores también reconocen la importancia de la revolución de la información y subrayan lo importante que es comprender los cambios que ha provocado para librar con éxito una guerra cognitiva. Al igual que en "Cognitive Warfare" de du Cluzel, el dossier del taller ofrece una visión global de la guerra cognitiva. Describe la guerra cognitiva como una nueva forma de guerra en la que la opinión pública es utilizada como arma por actores extranjeros. "Esto se hace con el propósito de influir y/o desestabilizar una nación", según los autores.2 4

El simposio sobre la guerra cognitiva

El análisis en profundidad de la guerra cognitiva se intensificó el 21 de junio de 2021 en el marco de un simposio oficial de la OTAN sobre guerra cognitiva.[25] El dossier se publicó en marzo de 2022 y también aborda los acontecimientos posteriores al 21 de junio.

Con el simposio, la guerra cognitiva ya no está sólo en manos del Centro de Innovación, sino que es explícitamente acogida y promovida por los más altos generales de la alianza militar e impulsada por la OTAN. Los expertos reconocen claramente que la importancia del poder blando seguirá aumentando, mientras que "el número de conflictos cinéticos" (es decir, el poder duro) "podría disminuir, y que el objetivo principal pasará a ser la mente humana".[26] Por lo tanto, el simposio puede considerarse como el "pistoletazo de salida" oficial para el desarrollo posterior de la guerra cognitiva por parte de la OTAN, que se seguirá elaborando a partir de este momento "mediante una serie de reuniones y talleres".[27]

Concurso de innovación "Contrarrestar la guerra cognitiva

El llamamiento para profundizar en la guerra cognitiva se atendió en otoño de 2021 en el marco del concurso de innovación "Countering Cognitive Warfare "[28] . Fue anunciado oficialmente por el Centro de Innovación de la OTAN el 8 de octubre de 2021 y promocionado con un livestream en YouTube el 5 de octubre.[29]

Este concurso de innovación existe desde 2017 y se celebra dos veces al año desde entonces. Con el fin de recibir el mayor número posible de propuestas, la OTAN siempre hace hincapié en el carácter abierto del concurso: "El Desafío está abierto a cualquier persona [...] ubicada en un país miembro de la OTAN. "[30]

Los temas se seleccionan en colaboración con la Universidad Johns Hopkins y los ganadores reciben premios en metálico. El objetivo del concurso de innovación es configurar activamente el futuro y mantenerse así a la cabeza de la carrera armamentística. Los temas seleccionados en los últimos años están orientados al futuro. Entre ellos figuran, por ejemplo, la inteligencia artificial, el espacio exterior, la hipervelocidad, la tecnología cuántica y la biotecnología, que se analiza en el contexto de la guerra cognitiva en el capítulo 5.[3 1]

La final del concurso de guerra cognitiva tuvo lugar el 30 de noviembre de 2021.[32] De los diez finalistas, ocho habían desarrollado programas informáticos dedicados a la guerra cognitiva como manipulación digital - es evidente que la OTAN ve la necesidad de ponerse al día en este aspecto. Los candidatos presentaron programas que utilizan la inteligencia artificial para rastrear Internet y recopilar y evaluar datos, especialmente en las redes sociales, con el fin de predecir e influir en los pensamientos, sentimientos y comportamientos de la población.

Al final se impuso la empresa estadounidense Veriphix[33] . Esta empresa ha desarrollado una plataforma que puede utilizarse para vigilar y predecir la opinión de la población mediante la aparición de los llamados nudges, es decir, pequeños "empujoncitos" psicológicos, en internet. La tecnología de Veriphix se utiliza desde hace años y el equipo dirigido por su fundador, John Fuisz, trabaja con varios gobiernos y grandes empresas.

El tercer clasificado, "Influence Influencers", elige un escenario interesante

Además del ganador, también es interesante el tercer clasificado. El equipo "Influence Influencers" presentó un sistema que podría utilizarse en caso de guerra. Para su presentación, el equipo supuso una invasión rusa de Ucrania y presentó una tecnología que podría utilizarse para piratear las

comunicaciones rusas "si estuviéramos trabajando en un acontecimiento así". El equipo también explica cómo podría combatir la artillería rusa e interrumpir los sistemas rusos.

Hay que recordar que el concurso se emitió el 30 de noviembre de 2021, pero la invasión rusa de Ucrania no tuvo lugar hasta el 24 de febrero de 2022.

El Desafío a la Innovación de la OTAN atrae poca atención periodística

El concurso de innovación, como la propia guerra cognitiva, recibió poca atención en la prensa. Si quieres informar sobre ello, como hice yo, a menudo te encuentras con el rechazo de los principales periódicos alemanes. Sin embargo, el Reto a la Innovación, junto con el dossier de du Cluzel "Guerra cognitiva", atrajo la atención del periodista Ben Norton. Éste publicó un artículo sobre la "Batalla de tu cerebro" en el sitio web *thegrayzone.com* y contribuyó así de forma importante a llamar la atención del público sobre la guerra cognitiva.[34] Al parecer, la OTAN sigue muy de cerca este tipo de publicaciones. Por eso conoció el artículo de Norton y lo mencionó en el simposio sobre guerra cognitiva.[3 5]

Hasta ahora, por desgracia, sólo unos pocos periodistas se han ocupado del tema y han continuado el trabajo de Norton, e incluso en la investigación propagandística no es fácil señalar que se planea la militarización de campos científicos enteros con fines propagandísticos. Sin embargo, es de gran importancia seguir hablando abiertamente de la guerra cognitiva y del planeado sexto teatro de operaciones, porque en última instancia todo el mundo se ve afectado.

Una publicación sobre COVID-19 y la guerra cognitiva del año 2022

La propia OTAN está impulsando constantemente la guerra cognitiva , como en la publicación "COVID-19 Disinformation: A Multinational, Whole-of-Society Perspective" de 2022.[36] El tema de la corona, aunque en realidad es un problema civil y médico, también aparece una y otra vez en los análisis de la guerra cognitiva.

En la antología, los investigadores Dale F. Reding y Bryan Wells publicaron un artículo titulado "Cognitive Warfare: NATO, COVID-19 and the Impact of Emerging Disruptive Technologies". Reding y Wells, al igual que los participantes en el concurso de innovación, hacen hincapié en la importancia de vigilar sistemáticamente el "entorno informativo" para poder desarrollar "contranarrativas" adecuadas, tal y como se explica en el capítulo sobre la guerra cognitiva como manipulación cultural.[37] Este artículo no aporta ninguna novedad y sólo difiere ligeramente de lo ya debatido en el simposio sobre guerra cognitiva. Sin embargo, deja claro una vez más que el poder blando adquirirá cada vez más importancia en el futuro y que por eso la guerra cognitiva de la OTAN debe llevarse a cabo con determinación.

Los autores reconocen con razón que la confianza constituye el núcleo de la guerra de la información y que mantenerla supone un gran reto para la OTAN. La guerra cognitiva lucha por esa confianza con todos los medios a su alcance. También reconocen la creciente importancia del poder blando y escriben que la "precisión, amplitud, escala, automatización y audibilidad de este tipo de ataques" con fines de "desinformación" "no tiene precedentes".[38] Una vez más, Reding y Wells dejan claro lo fundamental que será la guerra cognitiva para los militares del futuro.

Por ello, son firmes partidarios de hacer un mayor uso del poder blando:

"La forma más eficaz de abrumar a un adversario es influir en sus [sic] pensamientos y creencias, y volverlos contra sí mismos. El avance de la investigación sobre la desinformación y su impacto en las sociedades conducirá al desarrollo de nuevos planes de batalla para contrarrestar estos ataques. Además, el éxito y el creciente desarrollo de ataques cada vez más

sofisticados sugieren que la guerra cognitiva cobrará aún más importancia para la Alianza como un potencial sexto teatro de guerra para la OTAN", concluye la evaluación.[3 9]

Resumen de la cronología

Reding y Wells, como muchos otros, son partidarios de un nuevo sexto ámbito de intervención. "Ejemplos recientes de la amenaza cada vez mayor de la desinformación, la desinformación y la propaganda, incluidas las acciones durante la crisis de COVID-19"[40] , han demostrado la importancia de prestar más atención al ámbito cognitivo.

Actualmente hay muchos indicios de que surgirá un sexto escenario de guerra de este tipo, en el que los propios ciudadanos serán el objetivo.

Es indiferente que este teatro de guerra se denomine "dominio cognitivo" y, por tanto, se dirija explícitamente a la mente humana o que abarque a todo el ser humano como "dominio humano". Ambos teatros de guerra se caracterizan por la intención declarada de poder manipular los pensamientos, sentimientos y comportamientos de las personas de la forma más exhaustiva posible y de difuminar cada vez más las fronteras entre la guerra y la paz y entre el poder duro y el poder blando extendiendo la guerra a la mente humana.

Por lo tanto, es importante seguir llamando la atención sobre estos planes y decidir como sociedad democrática hasta qué punto es deseable la "protección" de la OTAN contra la "desinformación" y si, como humanidad, queremos seguir por el camino de la manipulación mutua y el uso despiadado del poder blando. Un elemento crucial para hacer frente a la guerra cognitiva es la educación sobre sus técnicas y un debate social público. Por eso se escribió este libro, porque sólo el conocimiento de los métodos de propaganda actuales y de las técnicas y herramientas del poder blando permite neutralizarlos. Por lo tanto, el conocimiento de los métodos de manipulación puede ayudar a la sociedad a debatir hasta dónde debe llegar esta vía de propaganda y violencia en el futuro.

Los objetivos de la OTAN están claramente formulados aquí: La guerra cognitiva tiene lugar hoy en día, también tendrá lugar cada vez más en el futuro y, si los planes de la OTAN se desarrollan según lo previsto, los propios seres humanos pronto se situarán en el centro de la guerra como una nueva área de operaciones.

Tras analizar en el próximo capítulo el desarrollo y las técnicas de la propaganda de guerra, que forman parte esencial de la guerra cognitiva, los capítulos siguientes explican las demás áreas de la guerra cognitiva: la manipulación digital, la manipulación cultural y las tecnologías del futuro.

II La guerra cognitiva como propaganda de guerra

"La historia demuestra que la guerra de desgaste no se decide en el campo de batalla, sino en el frente interno". 1

- Markus Reisner, Fuerzas Armadas austriacas

1. fundamentos

El uso de técnicas de poder blando como propaganda de guerra es una de las cuatro áreas de la guerra cognitiva. No solo es el ámbito más amplio e importante de la guerra cognitiva, sino que, a la vista de la información sobre conflictos actuales como la guerra de Ucrania (desde el 24 de febrero de 2022), el tema de la propaganda de guerra parece más actual que nunca.2 En esta guerra también se libra la batalla por la opinión pública por todos los medios, por lo que hoy en día nos encontramos con las armas de manipulación más modernas en ámbitos muy diferentes de nuestra vida cotidiana.

La importancia del poder blando para los militares

El poder blando es tan importante para los militares porque una guerra con armas "reales" siempre incluye una guerra con "armas de influencia".
En este contexto, hablamos también de guerra de la información, a la que está estrechamente vinculada la guerra cognitiva.3 La guerra de la información se libra con la misma intensidad que las operaciones de combate propiamente dichas. Por lo tanto, el poder blando y el poder duro van de la mano y son mutuamente dependientes. En la mayoría de los casos,

el poder blando o la propaganda de guerra se utilizan primero antes de que pueda comenzar la guerra. El conocido dicho "Toda guerra comienza con una mentira" expresa esta conexión y también da a entender que la propaganda de guerra a menudo no trabaja con información correcta y no está interesada en ello, sino que también se difunden mentiras evidentes durante la propaganda de guerra. La información "por supuesto siempre se ha explotado en la guerra "[4] , admite el analista du Cluzel en su documento de estrategia sobre la guerra cognitiva.

Esta forma de influir en la población existe desde que hay guerras. Por tanto, no es nada nuevo que la población y sus opiniones sean también un objetivo de los militares.

La naturaleza humana no ha cambiado

Si se quiere entender este uso del poder blando como propaganda de guerra , un primer paso importante es darse cuenta de que se dirige a las propias personas. La psique de las personas, sus pensamientos y sentimientos, siguen siendo el objetivo de la propaganda hoy en día.

Y aunque los métodos y técnicas del poder blando se han modernizado cada vez más, hay algo que no ha cambiado: la naturaleza de los seres humanos. La psique humana está diseñada de tal manera que apenas es accesible consciente y racionalmente y está fuertemente determinada por las emociones, es decir, los sentimientos.

El politólogo estadounidense Richard Ned Lebow lo resume así: "Pero mientras que las prácticas humanas varían ampliamente a lo largo del tiempo y entre culturas, no ocurre lo mismo con la naturaleza humana. Ciertas necesidades humanas parecen ser universales, al igual que las patologías relacionadas con los deseos humanos, el procesamiento de la información y la toma de decisiones". [5]

Lebow reconoce que la naturaleza humana y la psique humana han cambiado muy poco a lo largo de los años. Y también comprende que la psique humana -como un iceberg- se caracteriza en gran medida por cosas

inconscientes de las que las propias personas apenas son conscientes. Para él, se trata de patologías, es decir, enfermedades.

Un segundo paso importante para entender la propaganda de guerra es darse cuenta de que los militares explotan precisamente estas (a sus ojos) "enfermedades" humanas y utilizan una caja de herramientas de técnicas para tratar de influir en la gente.

Para el investigador de propaganda y ex profesor de política y periodismo Piers Robinson, no sólo está claro que la caja de herramientas es utilizada constantemente por políticos y militares, sino que también subraya la larga historia de desarrollo y la sofisticada investigación que hay detrás del uso de técnicas de poder blando: "Y estas herramientas se han vuelto muy sofisticadas con el tiempo, especialmente cuando se entra en el área de la política internacional y los conflictos. [...] Estas herramientas [y] técnicas de manipulación se vuelven muy tentadoras, creo, para los gobiernos. Y se convierten casi en rutina cuando se trata de persuadir y movilizar a la población para que apoye una acción militar" 6

El general francés André Lanata también admite abiertamente en un simposio de la OTAN sobre la guerra cognitiva que los militares utilizan estas técnicas: "Explotar las debilidades de la naturaleza humana para llegar mejor a las mentes de los individuos no es una idea nueva "7. Por lo tanto, subraya la gran importancia del poder blando para los militares. Para él, la guerra de la información es una "batalla" que debe librarse en "todos los ámbitos de la sociedad", según el general. 8

Lanata describe así no sólo cómo funciona la guerra de ideas, sino también cómo ha funcionado siempre la propaganda de guerra.

La guerra cognitiva tiene una larga historia

La guerra cognitiva o guerra del pensamiento de la OTAN es, por tanto, un nuevo programa o una nueva caja de herramientas. Al mismo tiempo, contiene muchas técnicas de poder blando que han sido investigadas a fondo y utilizadas con éxito desde el comienzo de la propaganda moderna a más

tardar. A más tardar desde la Primera Guerra Mundial, los militares y los gobiernos de todo el mundo han recurrido a estas técnicas de manipulación para dividir a las poblaciones e incitarlas a enfrentarse entre sí. La guerra cognitiva también forma parte de esta tradición, reuniendo los conocimientos acumulados durante más de 120 años de intensa investigación y combinándolos de forma especialmente despiadada.

La guerra cognitiva es, por tanto, (también) propaganda de guerra. Los especialistas de la OTAN que se ocupan de ella también lo reconocen: "En muchos aspectos, la guerra cognitiva puede compararse a la propaganda, que puede definirse como 'un conjunto de métodos [...] que pretende lograr [...] la participación en sus acciones de un grupo de individuos que están [...] unidos por la manipulación psicológica [...]'"[9] , escribe du Cluzel. Al hacerlo, no sólo define lo que considera propaganda, sino que también afirma claramente que la guerra cognitiva es en gran medida propaganda y manipulación (de última generación).

Así pues, este nuevo tipo de guerra utiliza "las técnicas de desinformación y propaganda "[10] , que cuentan con una larga tradición. Desde principios del siglo XX, los investigadores han recopilado una amplísima colección de técnicas que se siguen utilizando hoy en día. Conocer las herramientas más importantes es un paso fundamental para comprender la guerra cognitiva.

Por lo tanto, primero debemos echar un vistazo a los orígenes y el desarrollo de la propaganda moderna con base científica en la que se fundamenta hoy la guerra cognitiva. Esto puede ayudarnos a comprender mejor la función de la propaganda y también a ver a través de los métodos de manipulación actuales.

Un documento estratégico sobre la guerra cognitiva adopta el mismo punto de vista. Los expertos militares estadounidenses John Whiteaker y Sam Konen subrayan que las herramientas que se han utilizado en el pasado también son importantes para la guerra cognitiva actual: "En [nuestro documento], se propone que aprendamos de las lecciones del pasado y desarrollemos un camino constructivo hacia adelante que nos permita

utilizar plenamente las unidades de guerra cognitiva que ya existen", afirman los dos militares.[1] [1]

Juntas, estas cuatro áreas hacen de la guerra cognitiva un tipo de guerra completamente nuevo que permite a la OTAN perseguir el objetivo de apuntar a cada persona.

La guerra cognitiva utiliza la propaganda de guerra

"En muchos sentidos, la guerra cognitiva puede compararse a la propaganda [...]. "[1] [2]

- François du Cluzel

Mucha gente cree hoy que la propaganda es cosa del pasado en las democracias occidentales y que sólo la practican países como Rusia, Corea del Norte o China.

Sin embargo, esto no es cierto. Aunque no existe *una "historia única"* de la propaganda y las técnicas de manipulación se han desarrollado en muchos países con nombres muy diferentes, Estados Unidos ha sido líder en la investigación y aplicación de la propaganda desde principios del siglo XX[13] , al igual que lo ha sido en la investigación y desarrollo de la guerra cognitiva.[1] [4]

Y aunque la guerra cognitiva sólo se ha promovido oficialmente con este nombre desde 2020, sin embargo ha surgido de una larga tradición de investigación psicológica y uso de técnicas de propaganda.

Si realmente se quiere entender la guerra cognitiva a partir de 2020, es muy importante remontarse al comienzo de la propaganda (de guerra) moderna a principios del siglo XX. El hilo conductor de la manipulación y la violencia que comenzó entonces recorre todo el siglo XX y la investigación y aplicación de la propaganda de guerra basada en la psicología que comenzó entonces son las piedras angulares sobre las que también se construye la guerra cognitiva.

2 La historia de la propaganda de guerra

Por lo tanto, sería un error creer que sólo porque el año 1900 fue hace mucho tiempo, los acontecimientos de aquella época no tienen nada que ver con la actualidad. Si echamos la vista atrás al siglo pasado, no sólo podemos reconocer muchos paralelismos con la actualidad, sino también aprender mucho sobre la función y la aplicación de las técnicas de propaganda. La mayoría de estas técnicas de poder blando tan eficaces se han perfeccionado y se siguen utilizando hoy en día en la guerra cognitiva.

Esto significa que si conoces los inicios de la propaganda (bélica) moderna, también podrás comprender mejor y analizar críticamente la guerra cognitiva. Sus fundamentos se sentaron hace más de 100 años, y las corrientes de la psicología investigadas en aquella época constituyen la base de una variedad de posibles técnicas de poder blando. Estas herramientas siguen siendo importantes hoy en día, y como los inicios de la propaganda moderna siguen teniendo repercusiones en el siglo XXI , se presentan en detalle.

En el siglo XX se sentaron las bases de la propaganda moderna en Europa y EE.UU.

Aquí nos centramos principalmente en las democracias occidentales, ya que el uso de la propaganda ha estado y está especialmente extendido en las sociedades democráticas. Esto puede sonar inusual al principio, ya que la conexión entre democracia y relaciones públicas rara vez se discute abiertamente, pero es coherente en sí misma. Para Edward Bernays, uno de los padres fundadores de la propaganda moderna, no había duda de que, especialmente en las democracias donde la mayoría de la gente decide, controlar los pensamientos y sentimientos de esta mayoría es un medio central de control. "*Las relaciones públicas* implican lo que yo llamo '*la ingeniería del consentimiento*'. Se basa en el principio de Thomas Jefferson de que todo en una sociedad democrática depende del consentimiento del pueblo "[15] , según Bernays.

Desde principios del siglo XX, la propaganda en los países occidentales se ha ido perfeccionando cada vez más bajo el liderazgo de Estados Unidos. Entre otras cosas, utiliza los descubrimientos de las ciencias humanas. En los últimos 120 años, han descubierto multitud de formas de influir y controlar a las personas sin que éstas se den cuenta de que están siendo controladas.

Por lo tanto, una mirada a los orígenes de esta propaganda moderna con base científica puede ayudarnos a comprender mejor la función de la propaganda y a ver a través de los métodos de manipulación actuales.

La psicología moderna como "cesta de la compra

La psicología experimentó un gran auge como ciencia a más tardar desde principios del siglo XX y su importancia sigue creciendo hasta nuestros días. Fue y sigue siendo una importante fuerza impulsora del desarrollo de la propaganda moderna. Proporciona una cesta de herramientas psicológicas de las que se ha nutrido la investigación propagandística desde entonces.

En aquella época había muchas "escuelas" psicológicas diferentes, es decir, puntos de vista sobre la psique humana. A continuación se examinan tres enfoques de investigación especialmente influyentes: el psicoanálisis, el conductismo y la psicología de masas.

El psicoanálisis y el conductismo en particular son corrientes fundamentales de la psicología que siguen siendo importantes en la investigación actual. Aunque la psicología de masas se considera anticuada, la idea de las masas irracionales sigue existiendo hoy en día de forma diferente.

En primer lugar, se explican estas tres importantes corrientes y, a continuación, se muestran dos ejemplos de cómo los especialistas en relaciones públicas han adoptado y utilizado sus conclusiones para orientar los pensamientos y sentimientos de las personas. Tras esta base, se presentan otras técnicas que se han ido añadiendo a lo largo de los últimos 100 años. Ambas ayudan a comprender mejor la propaganda y la guerra cognitiva: Los fundamentos son intemporales y forman parte de casi todas las campañas de relaciones públicas de éxito, las demás técnicas suelen combinarse con flexibilidad y según las necesidades, y potencian aún más el impacto de la

propaganda. Aunque no se utilicen en todas las campañas, siguen siendo poderosas herramientas de manipulación con las que nos encontramos a menudo.

Psicología de masas

La Revolución Francesa y los grandes disturbios, levantamientos y revoluciones que siguieron a finales del siglo XVIII y en el XIX dejaron claro lo poderosa que puede llegar a ser la gente cuando quiere un cambio y se levanta y lucha unida por él. Este poder de las masas hizo que aumentaran los esfuerzos científicos por comprender por qué la gente, por ejemplo, derroca a un rey o exige más salario y mejores condiciones de trabajo.

Una consecuencia tardía de estos esfuerzos fue la psicología de masas. Tuvo sus orígenes en Italia y Francia y también surgió del deseo de poder controlar mejor a la población poderosa en el futuro. El objetivo era "proteger a los individuos y a las clases sociales establecidas de los efectos indeseables de las masas [...]"[16] , es decir, proteger a los poderosos de la época para que no perdieran su poder.

Uno de los investigadores más conocidos de la psicología de las masas fue el médico y sociólogo francés Gustave Le Bon. En 1895 escribió el libro "Psicología de las masas", que sigue siendo conocido hoy en día.

Su idea básica es fácil de entender. Le Bon cree que un gran grupo de personas es estúpido e irresponsable, un animal descerebrado que sigue bajos instintos y que puede ser fácilmente controlado por un líder fuerte que apele a los bajos instintos de las masas.[17] Podía controlar el inconsciente de las masas y hacer que actuaran casi irreflexivamente, decía Le Bon.[18] La psicología de masas también se utilizó para intentar devaluar retrospectivamente las revoluciones y los levantamientos populares, como la Revolución Francesa, y para minimizar el deseo de más justicia de la gente.

Aunque la investigación psicológica actual critica las ideas de la psicología de masas por ser demasiado unilaterales, las ideas de Le Bon fueron muy populares durante mucho tiempo. Por ejemplo, sus ideas fueron retomadas

por Walter Lippmann en EE.UU. a principios del siglo XX y crearon la base para una comprensión completamente nueva de la democracia y la esfera pública. Parte de las ciencias sociales se refirieron a la visión despectiva de Le Bon sobre las masas y utilizaron los nuevos descubrimientos menos para crear un "público informado" y más "para establecer el control social".[19]

Psicoanálisis

El médico y terapeuta austriaco Sigmund Freud también quedó impresionado por la psicología de masas de Le Bon. Por ello, escribió su propia teoría sobre la psicología de masas en su libro "Psicología de masas y análisis del ego" de 1921.[20] Freud creía que las personas de un grupo renuncian a sus propios valores (el llamado "ideal del ego") y siguen al grupo en su lugar (el llamado "ideal de grupo"). Stanley Milgram, cuyos importantes experimentos se explican más adelante, comentó el análisis de Freud de la siguiente manera: Cuando los individuos entran en una dominación jerárquica, sus pulsiones son reprimidas y transferidas a un componente de rango superior, es decir, a una autoridad.[21]

Freud también desarrolló el llamado *psicoanálisis* . Parte de la base de que las personas están fuertemente guiadas por sus instintos y su inconsciente. Al igual que Le Bon, Freud creía que las personas están atadas a hilos que guían sus "acciones, sentimientos e ideas" sin que se den cuenta.[22] En su primera obra fundamental "La interpretación de los sueños" de 1899, Freud explicó la importancia del inconsciente, y sólo unos años más tarde fue invitado a EE.UU., donde sus ideas se dieron a conocer rápidamente.[23] Su sobrino, Edward Bernays, utilizó más tarde hábilmente las enseñanzas de Freud sobre el inconsciente humano para guiar los sentimientos de la gente. "Oí hablar de la teoría de mi tío sobre la interpretación de los sueños, oí hablar de que la psicología desempeñaba un papel importante en la evaluación del comportamiento humano, oí hablar de regresión, represión, evitación...", Bernays explicó la influencia del psicoanálisis en *las relaciones públicas*.[24]

En Estados Unidos, por ejemplo, el mercado del automóvil estaba sobresaturado en los años veinte y ya no era posible vender a la gente que *necesitaba* un coche. Por ello, empezaron a comercializar el coche como expresión de la propia personalidad, y así convencieron a la gente para que gastara dinero en coches nuevos (en realidad innecesarios) porque *se sentían* bien consigo mismos y pensaban que podían mejorar su estatus y su autoimagen con la marca de coche correspondiente: un desarrollo que no se produjo por casualidad, sino que fue creado por la publicidad y la psicología profunda correspondientes.

Conductismo

Mientras que el psicoanálisis considera a las personas como un todo e investiga las causas *innatas* de su experiencia y comportamiento, la psicología experimental parte de la base de que éste es *aprendido*. Por tanto, investiga pequeños fenómenos psicológicos individuales que pueden observarse y medirse fácilmente en el laboratorio. Uno de los primeros psicólogos experimentales fue el médico ruso Ivan Pavlov. Realizó el descubrimiento pionero para la investigación psicológica de la época de que diferentes estímulos pueden combinarse entre sí y *condicionar así* el comportamiento. A diferencia del psicoanálisis, el conductismo parte de la base de que el comportamiento no es innato, sino que puede entrenarse o aprenderse. En el caso de Pavlov, esto funcionaba de la siguiente manera: daba comida a los perros, lo que estimulaba su salivación. Al mismo tiempo, siempre hacía sonar una campana cuando la comida estaba disponible. Al cabo de un tiempo, los perros asociaron la campana con la comida y su saliva empezó a fluir incluso cuando Pavlov sólo tocaba la campana y no había comida disponible. Pavlov ganó el Premio Nobel de Medicina en 1904 por estos experimentos. La idea básica de que las cosas que se repiten constantemente y se vinculan entre sí también se vinculan inconscientemente en la mente de las personas es un hallazgo importante de la psicología

conductista que sigue siendo significativo hoy en día. Este tipo de aprendizaje también se conoce como "condicionamiento clásico".[25]

También existe el "condicionamiento operante", que también se basa en una idea sencilla: Las personas también aprenden a través de la recompensa o el castigo. Si se recompensa un comportamiento, es más probable que se repita. Si se castiga, la probabilidad de que vuelva a ocurrir disminuye.[26] Estos sencillos resultados se utilizaron, por ejemplo, durante las campañas de vacunación de 2021, cuando se dieron pequeñas "recompensas" a las personas vacunadas, como una bratwurst gratis.[27] Esto fue tan eficaz que la "vacuna de la bratwurst" desencadenó una auténtica fiebre.[28]

Por un lado, este tipo de recompensas se remontan a investigaciones recientes que sugerían "un día libre en el trabajo tras la vacunación" o "incentivos económicos "[29] - por otro lado, sin embargo, la eficacia de este tipo de recompensas motivadas por el comportamiento se conoce desde hace mucho tiempo.

La propaganda de guerra no es difícil de entender

Llegados a este punto, cabe señalar una característica central de la propaganda y el poder blando: (a menudo) no es complicado.

Muchas personas entienden instintivamente que se puede controlar el comportamiento con premios y castigos o que se puede llegar a la gente con mensajes profundos y emotivos.

Lo bueno y fácil de entender que es el análisis de las técnicas de poder blando quedó claro en una conversación entre el "psicólogo social más citado" Robert Cialdini, entre cuyos clientes se encuentra la OTAN, y el presentador estadounidense Larry King. Cuando Cialdini presentó una de sus "Armas de influencia" y explicó, por ejemplo, que la gente se deja influir mucho por los consejos de los "expertos" y piensa menos en los pros y los contras cuando un especialista reconocido ha hecho una recomendación, Larry King se sorprendió de lo sencillas que pueden ser esas armas de

influencia. "Pero eso no es revolucionario", comentó King asombrado ante la explicación de Cialdini, que enseguida le pareció lógica y comprensible.

Respondió: "¡Esto no es revolucionario! De lo que voy a hablar hoy [...] no es algo en lo que nadie haya pensado nunca. Si nadie hubiera pensado nunca en ello, lo más probable es que estuviera mal. No podría ser correcto si nadie lo hubiera pensado nunca "[3. 0]

Cialdini explica así con acierto una característica esencial de las armas de manipulación: Muchas de ellas no son difíciles de entender racionalmente, pero su efecto está bien estudiado y se utilizan con éxito una y otra vez.

El catedrático de psicología alemán Norbert Bischof también reconoce este carácter a menudo fácilmente comprensible de los hallazgos psicológicos: "No todo lo que tiene sentido es, por tanto, erróneo; no podríamos sobrevivir en un mundo así".[3 1]

Por ello, la propaganda de guerra moderna se basa desde hace tiempo en el uso de métodos sencillos, bien investigados y muy eficaces para influir en las personas. Los resultados de la investigación básica que aquí se presentan, que constituyen la base de la propaganda de guerra y siguen siendo relevantes hoy en día, se utilizan con especial frecuencia.[3 2]

Propaganda en acción[3 3]

Poco después de su elaboración científica, los especialistas en relaciones públicas y los periodistas adoptaron los resultados de la investigación psicológica y los utilizaron con fines propagandísticos en . Dos ejemplos históricos especialmente significativos son la masacre de Ludlow y el Comité de Información Pública, una organización de propaganda estadounidense durante la Primera Guerra Mundial.

La masacre de Ludlow

"La mitad de la verdad suele ser una gran mentira "[3 4]

- Benjamin Franklin

Uno de los primeros ámbitos en los que se utilizó la propaganda moderna fue en lo que hoy se conoce como "gestión de la percepción "[35] . El primer ejemplo no se refiere a la propaganda de guerra, sino a cómo se utilizaron las primeras herramientas profesionales de poder blando durante una huelga de mineros en Estados Unidos.

En aquella época, los especialistas en relaciones públicas se enfrentaban a la tarea de mejorar la reputación del magnate industrial estadounidense John D. Rockefeller, Jr.

Su reputación, al igual que la de otros estadounidenses muy ricos como Vanderbilt o Astor, no era buena. Con demasiada frecuencia sus nombres y empresas se habían asociado a la explotación, las penurias y el sufrimiento de la población trabajadora. La imagen de empresarios avariciosos e indiferentes que oprimían a sus trabajadores estaba tan grabada en la psique de la gente que dieron a estos ricos oligarcas el apodo de "Barones ladrones".[36]

"Se acusó a los responsables de estas empresas de enriquecerse personalmente a costa del resto de la sociedad", explica el sociólogo David Miller.[37]

Si nos fijamos en la huelga de mineros de 1913-1914, entenderemos por qué la gente se sentía así. Los trabajadores del carbón se sublevaron repetidamente por las duras y peligrosas condiciones de trabajo y los bajos salarios. Tras la muerte de un trabajador, más de 11.000 mineros de la Colorado Fuel & Iron Corporation de Rockefeller se declararon en huelga en 1913. Levantaron tiendas de campaña y se negaron obstinadamente a seguir trabajando durante mucho tiempo, a pesar de que la Guardia Nacional y tropas pagadas por Rockefeller intentaron obligarles a hacerlo a punta de pistola.

Fue "una de las batallas más feroces y crueles entre los trabajadores y las grandes empresas en la historia del país", escribe el historiador estadounidense Howard Zinn.[38]

Las peleas de los huelguistas con la Guardia Nacional acabaron con los soldados cubriendo una ciudad de tiendas de los huelguistas con fuego de ametralladora e incendiando las tiendas de la gente el 20 de abril de 1914. Al día siguiente se encontraron los cadáveres de once niños y dos mujeres. El suceso se conoció como la masacre de Ludlow y provocó disturbios y revueltas en todo el país.[39]

Cada vez más gente criticaba a John D. Rockefeller, Jr. por su actitud indiferente hacia las preocupaciones y necesidades de sus trabajadores y tuvo que responder ante una comisión de investigación. "Nunca el nombre de la familia [Rockefeller] había tenido menos prestigio", comenta el historiador Gitelman, autor de un libro sobre la masacre de Ludlow.[40]

Cuando el oligarca tuvo que justificar la violencia contra sus trabajadores ante el Congreso, no mostró ninguna simpatía y justificó la represión. El presidente del Congreso preguntó a Rockefeller hasta dónde llegaría para impedir un sindicato:

"¿Y lo hará aunque le cueste toda su propiedad y mueran todos sus empleados?", preguntó el presidente.

Rockefeller respondió: "Es un gran principio. "[41]

Incluso después de la masacre de Ludlow, Rockefeller estaba convencido de que la culpa no era suya sino de los trabajadores. "Aunque hay que lamentar profundamente estas muertes, es sumamente injusto culpar a los defensores de la ley que no tenían la menor responsabilidad "[42] , fue la justificación de Rockefeller para el fuego de ametralladora de la Guardia Nacional.

En este punto, es importante subrayar que no sólo hace 100 años había personalidades poderosas indiferentes. El ejemplo de la Secretaria de Estado estadounidense Madeleine Albright en 1996 demuestra que, incluso hoy, los gobernantes actúan a veces con poca empatía.

Cuando Estados Unidos atacó militarmente a Irak tras su invasión de Kuwait (la llamada "Operación Tormenta del Desierto" de 1991) y le impuso

amplias sanciones, el país pasó grandes penurias. "Se dice que miles de personas han muerto desde el final de la Guerra del Golfo debido a la falta de medicinas y alimentos", informó el *FAZ* en 2001.[43]

Albright fue preguntada por estas sanciones estadounidenses contra Irak en una entrevista televisiva en 1996. "Hemos oído que han muerto medio millón de niños. Son más niños que los que murieron en Hiroshima. Y, entonces... ¿merece la pena?", preguntó el presentador. Albright respondió: "Creo que es una decisión muy difícil, pero el precio... creemos que merece la pena "[44]

Al igual que con Madeleine Albright, las declaraciones de John D. Rockefeller, Jr. también causaron indignación.[45] Como su reputación había caído en picado, decidió reaccionar y contrató a la especialista en relaciones públicas Ivy Lee y al político y posterior Primer Ministro canadiense Mackenzie King.[46]

Ivy Lee se dio cuenta de que la gente estaba emocionalmente alterada y asociaba el nombre de Rockefeller con la injusticia y la opresión de los trabajadores. Para calmar los sentimientos de la gente, decidió dirigirse a una faceta distinta de las personas. No había que influir en los sentimientos perturbados, sino en los pensamientos, para calmar a la gente. Lee redactó varios comunicados de prensa que los periódicos solían reproducir textualmente, una estrategia que él mismo había desarrollado y que sigue vigente hoy en día.[47]

En sus comunicaciones, Lee describió los sucesos de Colorado como una "lucha por la libertad de la industria", a la que quería informar con "hechos".[48]

Por tanto, la idea de publicar "fact checks" sobre acontecimientos importantes no es nueva. El objetivo de los hechos presentados por Ivy Lee era convencer a la gente de que Rockefeller había actuado con justicia para que ahora la gente le apoyara a él y no a los mineros en huelga. Esta conclusión debería hacerla el propio pueblo.

El truco de las "comprobaciones de hechos" de Lee consistía en que todos los hechos eran correctos y Lee no decía nada incorrecto. Sin embargo,

omitió muchas cosas y sólo transmitió lo que era útil para su cliente.

"La mayoría de los mensajes contenían cosas superficialmente correctas, pero presentaban los hechos de tal forma que la imagen global era errónea "[49] , explica el biógrafo de Ivy Lee. Este principio sigue aplicándose a la psique humana hoy en día. Las personas pueden dejarse influir por la información, independientemente de si esta información en sí es verdadera o falsa o de si la imagen global que presenta es verdadera o falsa. Para asegurarse de que sólo saliera a la luz la información que hacía quedar bien a Rockefeller, intentó suprimir la publicación de un informe hostil a sus intereses.[5 0]

Además de calmar los sentimientos de la gente, ahora era necesario utilizar los descubrimientos del conductismo y cortar la conexión en las mentes de las personas que veían a Rockefeller como un barón ladrón.[51] Su nombre debía asociarse con donaciones y caridad y debía ser visto como el "filántropo "[52] que Wikipedia describe hoy en día. Aunque creía que la masacre de Ludlow nunca había ocurrido, como escribió en un [memorándum53] , a partir de entonces visitó repetidamente a los mineros del carbón e intentó ganárselos como aliados. "En cierto modo, todos somos socios. El capital os necesita a vosotros y vosotros necesitáis al capital", dijo a los trabajadores.[5 4]

Sin embargo, como Rockefeller y King no [querían] conceder a los trabajadores un verdadero sindicato bajo ninguna circunstancia[55] , [en su lugar56] se elaboró un "plan de representación de los trabajadores " , que al menos daba a los trabajadores la sensación de que el oligarca les escuchaba y de que tenían voz y voto, como escribe el historiador jurídico Raymond Hogler.

Otro medio de romper la conexión "Rockefeller-barón ladrón" y anclar la conexión "Rockefeller benefactor" en la mente de la gente fue la Fundación de la Familia Rockefeller. Fue fundada en 1913 por Rockefeller hijo y su padre, entre otros. El padre, John D. Rockefeller, era el hombre más rico del mundo en aquella [época57] y había creado la fundación porque le criticaban por haber adquirido tierras ilegalmente para enriquecerse aún más con su imperio petrolero "Standard Oil". La fundación familiar se gestionaba como

una empresa comercial para promover "el bienestar de la humanidad en todo el mundo", como dice la fundación.[5 8]

El asesor de Rockefeller Jr., Mackenzie King, tuvo la idea de que su protegido y su padre podían utilizar la fundación para mejorar su imagen. Convenció al oligarca para que reorganizara la Fundación Rockefeller con el "Plan Rockefeller "[59] y donara dinero a los mineros con un alto perfil público. Además, tras la masacre de Ludlow, la fundación recibió un nuevo departamento de relaciones laborales, dirigido por King.[6 0]

Al igual que Ivy Lee, King intentó presentar a Rockefeller "de la mejor manera posible ante los mineros y el público "[61] . Para ello, era importante no sólo donar dinero, sino también encontrar periodistas que informaran favorablemente sobre ello.[6 2]

Así nació otro principio de las relaciones públicas: "Haz el bien y habla de ello", que sigue vigente hoy en día.[6 3]

La estrategia de mostrar al antiguo barón ladrón como un benefactor se considera una lección de propaganda moderna, aunque se discute hasta qué punto fue honesta la descripción positiva que Ivy Lee hizo de Rockefeller: " [...] muchas de las empresas para las que Ivy Lee trabajó eran terribles empleadores y el hecho de que él mejorara su imagen pública contando su versión de la historia no las convirtió en mejores empleadores", critica Keith Butterick.[6 4]

Un ejemplo de que la Fundación Rockefeller no siempre ha sido caritativa viene de la actualidad: en 2019, la fundación fue acusada en un tribunal estadounidense junto a otras empresas de "infectar deliberadamente a personas con sífilis en experimentos realizados en los años 40 en EEUU y Guatemala para probar los efectos de la penicilina".[6 5]

El trabajo de la Comisión Creel

Un segundo ejemplo del uso de la propaganda moderna es el trabajo de la Comisión Creel. Fue fundada en 1917 bajo la presidencia de Woodrow

Wilson, que había sido elegido presidente estadounidense casi simultáneamente con la huelga de los mineros de la Colorado Fuel & Iron Corporation en 1912. Poco después tuvo lugar la masacre de Ludlow y sólo unos meses más tarde estalló la Primera Guerra Mundial.

La gente en EEUU no quería ir a la guerra en aquel momento y como Woodrow Wilson prometió mantenerse al margen de la guerra, era muy popular. Por ello utilizó el eslogan "Nos mantuvo fuera de la guerra "66 en la campaña electoral estadounidense de 1916 y fue reelegido en 1916. La promesa de no entrar en guerra con el Reich alemán bajo ninguna circunstancia acompañó su campaña electoral: "Existe un pueblo demasiado orgulloso para la guerra", afirmó Wilson.6 7

Wilson no cumplió su promesa de paz y, sólo unos meses después de su reelección, Estados Unidos declaró la guerra al Reich alemán.

La promesa de poner fin a las guerras mientras se siguen librando también me trae a la memoria al presidente estadounidense Barack Obama. Había prometido: "Pondré fin de forma responsable a esta guerra en Irak y a la lucha contra Al Qaeda y los talibanes en Afganistán".68 Pero Obama tampoco cumplió su promesa. En 2011, Estados Unidos atacó Libia y en 2014 Siria. Ambos presidentes estadounidenses recibieron el Premio Nobel de la Paz, Woodrow Wilson en 191969 y Barack Obama en 200970 .

Mientras Obama ganaba el premio más importante del mundo a la mejor campaña publicitaria por su campaña200871 presidencial de , el uso profesional de la propaganda era un territorio nuevo para Woodrow Wilson.

Se enfrentó a la difícil tarea de hacer exactamente lo contrario de lo que había prometido durante la campaña electoral e iniciar la guerra contra Alemania. No fue fácil vender este repentino cambio de rumbo al pueblo estadounidense, pero Wilson y sus asesores se apoyaron en una hábil campaña de propaganda para hacer cambiar de opinión a la gente y convencerla de que era necesario y prudente que Estados Unidos entrara en guerra.

La campaña fue desarrollada por los principales especialistas en relaciones públicas de la época, que se basaron en las últimas investigaciones

psicológicas. Con este fin, Wilson fundó en 1917 el llamado "Comité de Información Pública", dirigido por el antiguo periodista de prensa George Creel, por lo que también se le conoce como la "Comisión Creel". También formaron parte de la comisión otros conocidos expertos en relaciones públicas.

"Cuando llegó la guerra [...], el gobierno estadounidense reclutó a propagandistas que ya existían, además de periodistas. Junto con [Edward] Bernays, se trataba del periodista y teórico de las relaciones públicas Walter Lippmann y de los expertos en relaciones públicas Carl Bayour y Arthur W. Page. Ivy Lee se unió al Consejo del Presidente Wilson [...] en 1917 para dirigir la publicidad, pero estaba deseando marcharse en 1918. "[7 2]

El comité debía convencer en pocos meses a la población estadounidense de que EEUU tenía que entrar en la guerra.

Había que librar esta guerra, una "guerra para acabar con todas las guerras" y hacer que el "mundo fuera seguro para la democracia", como proclamó Wilson en un discurso.[73] Tras las elecciones, Wilson hizo así lo contrario de lo que había prometido antes de las elecciones. Para el historiador Christopher Simpson, la tarea de la Comisión Creel consistía ahora en librar una "guerra psicológica".[74] Harold Lasswell comparó más tarde el trabajo de la Comisión Creel con el de un "ministro secreto de propaganda".[7 5]

Los trabajos de la Comisión Creel hicieron un uso intensivo de la psicología conocida en la época y también se inspiraron en las ideas de la psicología de masas.

Por ello, al principio era importante convencer a los estadounidenses de que no eran sólo unos pocos políticos los que querían la guerra, sino que era la mayoría de la población la que la quería.

El gobierno pagó a 75.000 empleados para que pronunciaran discursos aparentemente espontáneos y breves de 4 minutos en 5.000 ciudades y pueblos de Estados Unidos, en los que pedían que la guerra fuera importante y justa. Por ello, a los empleados también se les denominó "Four Minute Men "[76] y pronunciaron un total de 750.000 discursos en teatros, cines, actos

públicos, etc. en un intento de convencer a una población estadounidense escéptica ante la guerra.[77]

Otra estrategia consistió en utilizar los descubrimientos del conductismo y el psicoanálisis. Se intentó apelar a los sentimientos profundos de la gente y crear una conexión en sus mentes mediante la repetición constante, vinculando a los soldados alemanes con bestias peligrosas. Esta técnica también se conoce como "propaganda de atrocidades "[78] . Se imprimieron carteles y aparecieron noticias en los periódicos afirmando que los alemanes eran malvados hunos que mataban bebés en Bélgica[79] y cometían muchas otras atrocidades.

Esto no era cierto, pero no importaba a los sentimientos de la gente. El propósito de la propaganda de masas, a saber, provocar odio y lástima[80] , tuvo éxito, por lo que sus opiniones empezaron a cambiar gradualmente. "Los amantes de la paz se convirtieron de repente en fanáticos antialemanes. [...] La Comisión Creel tuvo mucho éxito", explica Noam Chomsky.[81] La razón de este éxito residió en la guerra psicológica masiva, que superó la ya intensa propaganda de los países europeos.[82]

Cuando Wilson anunció la entrada de EE.UU. en la Primera Guerra Mundial el 6 de abril de 1917, lo justificó con la exigencia de que "hay que defender la libertad y proteger la democracia".[83] Un total de unos 16 millones de personas murieron en la Primera Guerra Mundial.[84]

Los periódicos de EE.UU. se esforzaron por apoyar la entrada en la guerra y no publicar ninguna crítica al respecto.

Esto también influyó en la gente y les dio la impresión de que había un gran apoyo a la guerra, aunque esto no se puede afirmar con certeza y también había muchos opositores a la guerra. "Ahora no debemos tener críticas", citaba el *New York Times* al antiguo Secretario de Guerra en 1917, quien añadía que lo ideal sería fusilar a los críticos por traición.[85]

Sin embargo, esto no convenció a todos los estadounidenses, y una y otra vez los jóvenes se resistieron a ser llamados a filas para "defender" la "libertad" en Europa a la que se refería Wilson.

Por ello, la campaña de propaganda se acompañó de otro medio , a saber, el miedo y la tensión. En el verano de 1917 se fundó con este fin la American Defence Society y el Departamento de Justicia financió la American Protective League, que instaba a la población a denunciar a los críticos de la guerra. Ambas organizaciones también fueron acusadas de utilizar la violencia y de tomar medidas brutales contra los críticos de la guerra e intimidarlos.

La Comisión Creel también hizo un llamamiento a la población para que "denuncie a las personas que difunden historias pesimistas. Denúncielos ante el Ministerio de Justicia "[8. 6]

Además, en 1917 se aprobó la llamada Ley de Espionaje, pero no estaba dirigida contra el espionaje. "La Ley de Espionaje se utilizó para encarcelar a los estadounidenses que se manifestaban en contra de la guerra", explica el historiador Howard Zinn.[8 7]

Uno de estos críticos fue Eugene Debs. Él es un ejemplo de que la propaganda no siempre funciona para todo el mundo y de que aún es posible adoptar una postura valiente contra la guerra aunque te puedan castigar por ello. Habló ante una gran multitud en 1918:

"Nos dicen que vivimos en una gran república libre; que nuestras instituciones son democráticas; que somos personas libres y autodeterminadas. Eso es demasiado, incluso como broma. [...] A lo largo de la historia, las guerras siempre se han hecho para conquistar y saquear. [...] Y eso es la guerra en pocas palabras. La clase dominante siempre ha declarado las guerras; y la clase subyugada siempre ha librado las batallas. "[8 8]

La propaganda estadounidense también tuvo efecto en Europa. Cuando Wilson llegó a París en enero de 1919 para participar en la Conferencia de Versalles, fue recibido con entusiasmo por la población. Le acompañaban sus especialistas en propaganda Edward Bernays y Walter Lippmann, quienes a su vez se sorprendieron del gran éxito de su propaganda. "Tanto [Lippmann como Bernays] quedaron impresionados por el poder de la propaganda, que provocó la histeria de las masas a favor de Wilson", comentan Miller y Dinan.[8 9]

Las técnicas se han ampliado desde la Primera Guerra Mundial

El trabajo de la Comisión Creel terminó en 1919, pero la propaganda moderna no había hecho más que empezar.

Además de los fundamentos del psicoanálisis, el condicionamiento clásico y operante del conductismo y las ideas de la psicología de masas, existe un gran número de técnicas que han ido ampliando gradualmente estos fundamentos de la propaganda y que ahora se agrupan en la guerra cognitiva. Sería difícil entrar en detalle en cada una de las técnicas, pero se ilustrarán con algunos ejemplos los importantes avances de la investigación psicológica y las herramientas de poder blando que surgieron de ellos, y se trazarán sus orígenes.

Edward Bernays subrayó explícitamente que la Primera Guerra Mundial sólo había sido el pistoletazo de salida para un desarrollo cada vez mayor de las técnicas de manipulación que continúa hasta nuestros días. Él mismo quedó profundamente impresionado por las reacciones de la gente en París durante la conferencia de Versalles y vio los vítores de la multitud como producto del éxito de la propaganda que él y sus colegas de la Comisión Creel habían llevado a cabo. Este "éxito" de la propaganda le sirvió de acicate para aplicar ahora la propaganda en muchos ámbitos de la sociedad, apoyándose en los descubrimientos de la psicología de masas, el conductismo y el psicoanálisis.

Aunque más de 100.000 estadounidenses murieron durante la guerra, la entrada de Estados Unidos en la contienda fue un gran éxito para Bernays:

"El tremendo éxito de la propaganda durante la guerra había abierto los ojos de los previsores a las posibilidades de manipular la opinión de las masas en todos los ámbitos de la vida. Durante la guerra, el gobierno estadounidense y diversas organizaciones patrióticas habían utilizado un método completamente nuevo para ganarse la aceptación del público. No sólo apelaron a los individuos a través de todos los canales -visual, gráfico y auditivo- para ganarlos para la causa nacional. También consiguieron el apoyo de figuras clave de todos los grupos sociales, personas cuya palabra

tenía peso para cientos, miles o incluso cientos de miles. [...] Paralelamente, los manipuladores de la opinión pública hicieron uso de los estereotipos y patrones de comportamiento del público. "[90]

Por ello, Edward Bernays, Ivy Lee y muchos otros especialistas en relaciones públicas intensificaron su labor de desarrollo de la propaganda tras la Primera Guerra Mundial.

"Cuando me di cuenta de lo que estaba pasando en el mundo y vi lo poderosas que podían ser las ideas armamentísticas, decidí ver si no podíamos aplicar lo que había aprendido en la guerra a los tiempos de paz "[91] , relataría Bernays más tarde.

Por ello, durante esta época se recurrió cada vez más a la propaganda civil. Por ejemplo, se hicieron esfuerzos para comercializar bienes de consumo como automóviles y cigarrillos. En aquella época, a la industria le preocupaba producir más de lo que la gente realmente necesitaba. Por lo tanto, era necesario elegir una estrategia de venta diferente que no se basara en los beneficios . "Tenemos que hacer que Estados Unidos pase de ser una sociedad de la 'necesidad' a una sociedad del 'deseo'", dijo uno de los principales banqueros de Wall Street, Paul Mazur.[92]

Un documental de la BBC2 lo resume así: "Bernays fue el primero en utilizar las teorías de Freud sobre el hombre para manipular a las masas. Mostró por primera vez a las empresas estadounidenses cómo podían hacer que la gente deseara cosas que no necesitaba vinculando los productos de masas a sus deseos inconscientes. "[93]

Esto se hizo, por ejemplo, "erotizando "[94] los coches y convirtiéndolos en objetos deseables, una estrategia que Bernays había copiado del psicoanálisis de su tío Sigmund Freud. En lugar de la información sobre el coche (potencia del motor, detalles técnicos, etc.), como ya se ha mencionado, la atención se centró en la imagen de los coches y su significado como símbolos de estatus, que se desarrollaron específicamente en esta época.

Otra campaña descubrió que los cigarrillos se consideraban una especie de símbolo fálico para las mujeres y se asociaban con la masculinidad y la dominación. Para animar a más mujeres a fumar, Bernays consiguió que un

grupo de mujeres, entre ellas conocidas activistas por los derechos de la mujer, fumaran cigarrillos en el famoso desfile del Domingo de Resurrección en Manhattan como "signo de rebeldía y contra la opresión de la mujer". Al mismo tiempo, Bernays avisó a varios periodistas, que fotografiaron a las mujeres e hicieron los titulares necesarios al día siguiente.

En esta famosa campaña, se hacía referencia a los cigarrillos como "antorchas de libertad", lo que tocó la fibra sensible de las mujeres de la época, tal y como Bernays había previsto. La campaña fue todo un éxito y consiguió que cada vez más mujeres que querían emanciparse empezaran a fumar.[95]

En este punto, podemos recordar la imagen del iceberg. La estrategia propagandística de antes y de ahora en la guerra cognitiva se basa a menudo en tocar los sentimientos profundos, ocultos y, por tanto, inconscientes de la gente.

A día de hoy, estas técnicas (del psicoanálisis y el conductismo) se utilizan con fines propagandísticos y se aplican en ámbitos muy diferentes de la sociedad, por ejemplo en publicidad o marketing, pero también en política o propaganda bélica.

La idea de la psicología de masas también fue desarrollada por destacados intelectuales y, a su manera, sigue siendo relevante hoy en día. Uno de ellos fue Walter Lippmann, quien sostenía que incluso en una democracia (con poder blando) había que guiar a la gente, ya que de lo contrario las masas actuarían de forma irracional e impulsiva. "Hay que poner a la población en su sitio [...] para que cada uno de nosotros pueda vivir libre del atropello y el rugido de la confusa manada", escribió Lippmann en 1925.[96] Para ello se utilizaban técnicas psicológicas que controlaban los sentimientos inconscientes de la población.[97]

Aunque la psicología de masas se considera ahora anticuada en la investigación, la idea de una población irracional a la que hay que controlar -por su propio bien- también aparece una y otra vez en la investigación actual sobre el poder blando.[98] Esto significa que los ámbitos de aplicación se solapan, y las técnicas de poder blando para controlar pensamientos y

sentimientos desempeñan actualmente un papel importante en cada vez más ámbitos de la vida pública.

Tras la Primera Guerra Mundial, la propaganda pudo penetrar con éxito en cada vez más ámbitos de la vida, tal y como había previsto Bernays. Durante esta época, también se estableció la nueva profesión de especialista en relaciones públicas99 , , que podían encargar empresas, partidos políticos o personas adineradas.

La importancia del lenguaje:100 A la propaganda no le gusta que la llamen propaganda

El término "relaciones públicas", que aún hoy se utiliza en lugar de propaganda, también data de esta época. Para los dos investigadores británicos de la propaganda David Miller y William Dinan, este término en sí no es más que un truco: "Tanto Ivy Lee como Edward Bernays afirmaron que fueron los primeros en utilizarlo, pero está claro que fue un término propagandístico desde el principio. Desde la creación del término relaciones públicas, siempre ha sido un elemento central del trabajo con la propaganda fingir que las relaciones públicas y la propaganda son diferentes y que [las relaciones públicas] las utilizamos "nosotros" y [la propaganda] la utilizan principalmente [...] los oponentes [...]"101 Así que está defendiendo que no se distinga entre "relaciones públicas" y "propaganda" cuando se habla del uso manipulador de las técnicas de poder blando.

Éste es sólo un ejemplo de lo poderosas que pueden ser las palabras y de lo intensamente orientados que están nuestros pensamientos y sentimientos hacia el lenguaje.

La mejor manera de imaginar este efecto es como la entrega de un paquete:102 El cartero llama al timbre y tiene el paquete (es decir, la palabra) en la mano. En cuanto oímos la palabra, abrimos la puerta al cartero, el paquete es entregado y abierto por nuestra mente. Y cada palabra como paquete tiene toda una gama de significados que pueden desencadenar en

nosotros pensamientos y sentimientos muy diferentes. La palabra "propaganda" como paquete obviamente no tenía el contenido que los especialistas en propaganda querían entregar a la gente de , como Bernays admitió: "Propaganda se convirtió en una mala palabra porque los alemanes la utilizaron [de 1914 a 1918]. Así que lo que hice fue intentar encontrar otras palabras. Así que encontramos las palabras 'asesoramiento en relaciones públicas'. "[10 3]

Sin embargo, las relaciones públicas y la propaganda son en realidad muy similares. El politólogo Magnus-Sebastian Kutz, por ejemplo, las describe como "técnicas de comunicación en gran medida congruentes "[104] - razón por la cual sería honesto utilizar la palabra propaganda al hablar del uso de técnicas de poder blando.

Sin embargo, aún hoy resulta difícil calificar las relaciones públicas de propaganda y señalar que las democracias occidentales también utilizan la propaganda. Este engaño tiene una larga tradición que se remonta a muchas décadas atrás.

Otro ejemplo de la importancia del lenguaje y de los "paquetes" que pueden transmitirse a través de las palabras es el término "teórico de la conspiración" o "teoría de la conspiración". La palabra en sí ha estado en uso desde la Edad Media, pero fue en 1967 cuando la CIA propuso por primera vez etiquetar las críticas a la narrativa oficial del asesinato de Kennedy como "charla conspirativa" de "propagandistas comunistas" y a los críticos como "teóricos de la conspiración "[105] . La CIA combinó así el impopular término "propaganda" con el de "teoría de la conspiración" y utilizó estas palabras para devaluar a quienes dudaban de la versión oficial del asesinato de Kennedy.

Incluso hoy en día, se sigue etiquetando a los críticos con este término. Cuando Piers Robinson señaló incoherencias en la guerra de Ucrania y en la operación de la CIA Timber Sycamore (con la que la CIA apoyó a los opositores de Assad en Siria), también fue tachado de "idiota útil de "[106] por el periódico *The Times* y el *Huffington* Post le acusó de difundir "teorías de

la conspiración "[107] . Aunque se defendió públicamente de ello, el uso del término "teoría de la conspiración" tuvo su efecto y Robinson fue desacreditado sin que sus argumentos fueran abordados objetivamente.

"Es una táctica muy común llamar a la gente 'teóricos de la conspiración' [...]. Son formas de intentar humillar a la gente en público y disciplinar a la gente para que no haga preguntas", se quejaba Robinson en una entrevista en 2018.[108] Al igual que con el asesinato de Kennedy, esta táctica sigue teniendo éxito en la guerra cognitiva hoy en día y es posible cambiar argumentos basados en hechos por términos difamatorios sin que mucha gente se dé cuenta. Este tipo de estrategias también pueden utilizarse cuando se habla de lo que se conoce como propaganda.

Por lo tanto, cualquiera que utilice la palabra propaganda se expone rápidamente a la crítica de ser un supuesto "teórico de la conspiración". Es posible que esto ocurra también después de la publicación de este libro y que me ataquen porque describo públicamente la guerra cognitiva de la OTAN como propaganda de guerra en mis conferencias y aquí en el libro.

En cualquier caso, estos dos ejemplos muestran otra importante herramienta del Soft Power, a saber, la gran importancia del lenguaje.

La Segunda Guerra Mundial

La propaganda bélica volvió a ser muy intensa en los años anteriores a la Segunda Guerra Mundial y durante la misma. Los alemanes pidieron ayuda a Estados Unidos, y especialistas en relaciones públicas como Ivy Lee y Carl Dickey respondieron a las ofertas de Alemania en 1934.[10 9]

Se calcula que la Segunda Guerra Mundial causó más de 70 millones de muertos[110] y un sufrimiento tan increíble que una de las preguntas más acuciantes ha ocupado a los investigadores desde entonces: ¿Cómo pudo ocurrir? Se han escrito muchos libros para responder a esta pregunta y, desde el punto de vista de la investigación sobre la propaganda, ahora está claro que estos crímenes también fueron posibles gracias a que se incitó a los

pueblos unos contra otros con una despiadada propaganda de guerra y a que todas las técnicas de poder blando ya utilizadas en la Primera Guerra Mundial pudieron utilizarse aún más intensamente a través de la radio para atizar el miedo y el odio, que sirvieron de base para la violencia.[11 1]

3. técnicas de propaganda de guerra desde la Segunda Guerra Mundial hasta nuestros días

"En las condiciones adecuadas, ¿es todo el mundo capaz de hacer algo terrible simplemente porque se lo ordenan o porque todos los demás lo hacen? "[11 2]

- Robert Sapolsky

Por ello, la cuestión de cómo pudo ser posible la Segunda Guerra Mundial también ocupó a la investigación psicológica. Esto llevó a muchos investigadores a centrarse en el uso del poder blando y a intentar comprender cada vez mejor a las personas. Tres de los experimentos más conocidos e importantes fueron realizados por Solomon Asch (a partir de 1951) y Stanley Milgram (a partir de 1961). Otro hito es la teoría de la motivación de Abraham Maslow (1943/1954).

Tras la Segunda Guerra Mundial, todos ellos contribuyeron a profundizar en los conocimientos existentes sobre psicología, y hábiles especialistas en relaciones públicas y propagandistas utilizaron esta investigación para desarrollar nuevas herramientas de manipulación.

En aquel momento, los investigadores descubrieron varios mecanismos psicológicos bien documentados empíricamente que podían explicar hasta qué punto los pensamientos, sentimientos y acciones de una población pueden verse influidos por la manipulación y lo poderosas que pueden ser las correspondientes técnicas de poder blando que utilizan estos descubrimientos.

Para entender los experimentos de Milgram y Asch y muchos otros resultados de la investigación psicológica, es útil visualizarlos. En pocas

palabras, las técnicas de poder blando para guiar pensamientos y sentimientos funcionan de forma similar a un pastor que guía un rebaño de ovejas con su perro pastor. Esta imagen ya se ha utilizado en otros lugares: El psicólogo Rainer Mausfeld, por ejemplo, utilizó el rebaño de ovejas como alegoría de la democracia en su libro "Warum schweigen die Lämmer"?[113] . En este punto, sin embargo, la imagen pretende ilustrar las técnicas psicológicas que pueden utilizarse para influir en la psique de las personas.

El rebaño de ovejas

En sus conocidos experimentos Asch de los años 50, Solomon Asch pudo demostrar hasta qué punto las personas pueden verse influidas por otras personas.[114] Le dijo a un grupo de estudiantes que iba a realizar con ellos un experimento de percepción. Los estudiantes debían comparar la longitud de la línea de la izquierda con las tres líneas de la derecha y, a continuación, decir cuál de las tres líneas de la derecha tenía la misma longitud que la línea de la izquierda. Esta comparación se repitió varias veces con diferentes líneas, pero por lo general eran tan claramente diferentes entre sí como puede verse en la imagen mostrada.

El truco de su experimento consistía en que sólo se ponía a prueba a un participante del grupo de estudiantes. Los demás respondían antes que el sujeto de la prueba y primero daban unas cuantas estimaciones correctas. Después, todo el grupo daba una estimación incorrecta. En la comparación que se muestra aquí, por ejemplo, el grupo diría A o B y no la respuesta correcta C.

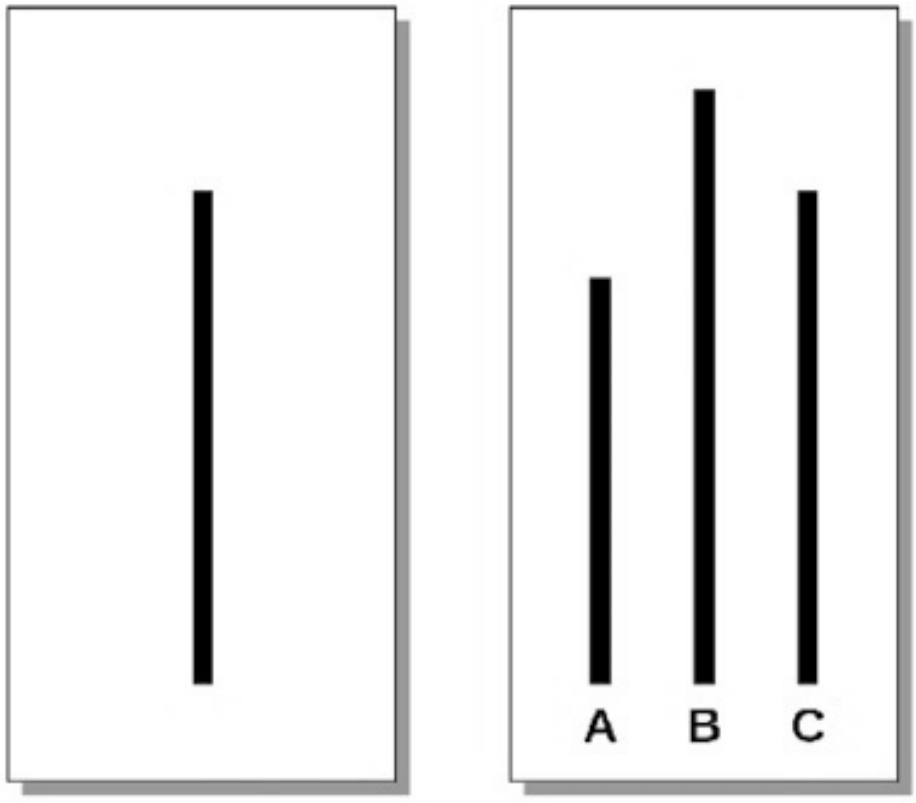


Figura 2: Las tres líneas del experimento de Asch (1951)[11 5]

Asch realizó este experimento con grupos de diferentes tamaños. En cuanto el sujeto de prueba se encontraba en un grupo de tres o más personas que daban la respuesta equivocada, se producía el llamado "efecto de la mayoría "[116] : "Una proporción considerable de los [...] sujetos de prueba cedía a la presión de la mayoría", explica Solomon Asch.[117] Esto significa que los sujetos de prueba reales estaban de acuerdo con la opinión mayoritaria obviamente equivocada. Apenas importaba si las líneas eran obviamente erróneas: incluso si la longitud de las líneas se hacía más variada, los resultados eran similares en cuanto el sujeto era el "extraño" en una mayoría de al menos tres personas. Había dos fuerzas opuestas que actuaban sobre los sujetos: "... fuerzas poderosas procedentes del entorno social" se enfrentaban a "fuerzas, quizá no menos poderosas, que los individuos pueden movilizar para resistirse a la coacción y a una amenaza a su identidad".[11 8]

La unidad del grupo es importante para este efecto mayoritario. Si el sujeto de la prueba que va a ser engañado sólo tiene al menos un "aliado" que también responde correctamente, el efecto es mucho menor y el grupo pierde gran parte de su efecto.

Si imaginamos la imagen de un rebaño de ovejas en este punto, Solomon Asch pudo demostrar que haciendo que el rebaño de ovejas corriera en una dirección, también se puede conseguir que las ovejas individuales corran en la misma dirección. Por ello, en la investigación actual, esta presión para conformarse también se denomina "efecto seguidor "[119] .

Esta constatación fue retomada una y otra vez en la investigación y sigue siendo significativa hoy en día. "Si todo el mundo en una sala acepta una afirmación o ve las cosas de una determinada manera, es posible que creas que los demás tienen razón", dicen los investigadores estadounidenses del poder blando Thaler y Sunstein sobre el experimento de Asch.[120] "Nosotros [los humanos] nos dejamos influir fácilmente por nuestros iguales", escriben los dos estadounidenses en su capítulo "Following the herd".[12 1]

La propaganda utiliza esta característica una y otra vez. La presión de grupo es, por tanto, una poderosa herramienta que puede utilizarse para controlar a la gente. Thaler y Sunstein lo resumen así: "Queda por ver si el trabajo de Asch puede explicar el ascenso del fascismo [...] de forma satisfactoria o no. Independientemente de ello, está claro que la presión social lleva a la gente a aceptar o incluso actuar de acuerdo con opiniones bastante extrañas".[122] Sugieren que se puede controlar a la gente haciendo hincapié en que muchos otros también hacen una cosa: "La industria publicitaria en particular es consciente del poder de la influencia social. La publicidad subraya regularmente que 'la mayoría de la gente' prefiere un determinado producto o que 'cada vez más gente' está convencida por una marca".[123] Por ejemplo, un champú anticaspa anuncia que "Alemania despeja la cabeza "[124] , lo que implica que prácticamente todos los alemanes utilizan el champú. Y una empresa inmobiliaria que quiere fomentar la venta de propiedades afirma

que "cada vez más gente en Alemania" opta por una venta parcial de la propiedad.[12 5]

La misma técnica se utiliza también en la propaganda de guerra moderna, lo que puede verse claramente en el ejemplo de la Comisión Creel. Como ya se ha explicado, ésta intentó deliberadamente crear la impresión de que la mayoría de la población estadounidense estaba a favor de la guerra. Para ello, los "influenciadores" (pagados y entrenados) desempeñaron un papel tan importante como el de los medios de comunicación, que estaban uniformemente a favor de ir a la guerra y apenas permitían ninguna crítica, aunque por supuesto había muchos críticos de la guerra en aquel momento.

La tendencia del statu quo

En 1988, una investigación pudo demostrar otro efecto que encaja bien con esta imagen del rebaño de ovejas. El llamado "sesgo del statu quo" explica que la psique humana, al igual que un rebaño de ovejas, no es fácil de mover al principio.[126] A la gente le gusta aferrarse a lo que tiene y justificar o defender su mundo conocido. Este sesgo también figura, junto con muchos otros, en los documentos de estrategia actuales sobre la guerra cognitiva.[127] Se acerca a la "justificación del sistema", es decir, la capacidad de justificar el estado actual de las cosas.

La tendencia al statu quo se utiliza una y otra vez en ámbitos muy diferentes. Por ejemplo, los directores de programación de las cadenas de televisión saben que es poco probable que los espectadores que empiezan la tarde con su canal vuelvan a cambiarlo y diseñan su programación en consecuencia.[128] Muchos fabricantes de software también ofrecen suscripciones de prueba gratuitas que se renuevan automáticamente si no se cancelan, un efecto que suele ser deliberado y que se aprovecha de la tendencia al statu quo de la gente.

El pastor (o el efecto de la autoridad)

Stanley Milgram quedó impresionado por los experimentos de Asch y los elogió como "una serie de brillantes experimentos sobre la conformidad".[129] En sus experimentos, se centró en una parte diferente del rebaño de ovejas, a saber, el pastor. Quería investigar la influencia de las figuras de autoridad en el comportamiento de las personas.

El experimento se llevó a cabo en diferentes variantes, la mayoría de las cuales tenían una estructura similar. Aquí se explicará la variante más conocida.

En estos experimentos, que llevó a cabo a partir de 1961, solía haber sólo tres personas. Un experimentador (un científico con bata gris), una "víctima" en la habitación contigua y el propio sujeto de prueba. Al igual que Solomon Asch, Milgram no dijo a sus sujetos de prueba que quería investigar el efecto de la autoridad y la obediencia. En su lugar, los sujetos creían que tenían la tarea de plantear a la persona de la habitación contigua tareas de memoria y fomentar el aprendizaje con castigos en forma de descargas eléctricas en caso de error.

El sujeto de la prueba debía administrar descargas eléctricas. Empezaron a 15 voltios y fueron aumentando a lo largo de 30 interruptores hasta 450 voltios.

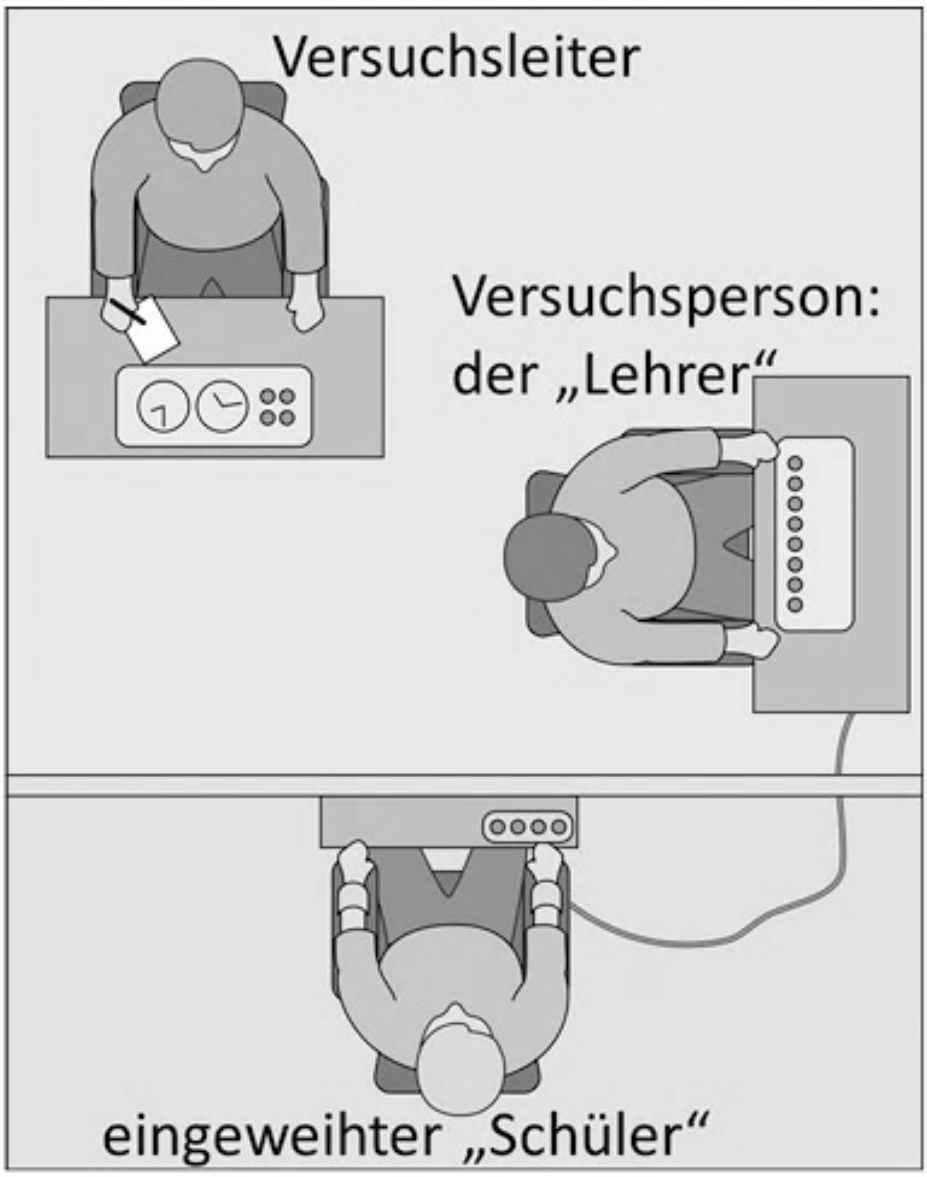


Figura 3: Montaje del experimento de Milgram13 0

Las víctimas (iniciadas) eran buenos actores y, aunque no recibieron descargas reales, empezaron a protestar en voz alta y a gritar de dolor a medida que aumentaba la intensidad de las descargas. Cuando el sujeto quería detener el experimento, el experimentador insistía repetidamente en que tenían que continuar y que no podía pasar nada.

Aunque el experimentador era una persona respetada, para Milgram era importante investigar la influencia del poder blando y en ningún caso ejercer presión física alguna sobre sus sujetos de prueba: "Nuestras investigaciones

se refieren exclusivamente a la forma de obediencia que una persona presta por propia voluntad sin la menor aplicación de presión o amenaza", dijo Milgram131. Los sujetos de prueba podrían haber cancelado el experimento sin ninguna consecuencia e incluso haber recibido los honorarios prometidos de 4,50 dólares: "La desobediencia no habría supuesto ninguna pérdida material, ningún castigo. "13 2

Con esta descripción del experimento, es difícil imaginar que los sujetos de prueba administraran descargas eléctricas altas. La encuesta entre los compañeros de Milgram, que éste realizó antes de publicar sus resultados, también tenía la certeza de que sólo muy pocos enfermos mentales administrarían las descargas eléctricas más altas.

No obstante, más de la mitad de los sujetos de este experimento a los que se administró la cantidad (letal) de 450 voltios, todos subieron al menos a 135 voltios.13 3

Esta disposición a obedecer a la autoridad está, como muestra el modelo del iceberg antes mencionado, oculta bajo la superficie. Influye en nosotros, los humanos, aunque no nos lo creamos.

Milgram lo reconoció de forma muy precisa: "En la situación de prueba, el sujeto de prueba está determinado por muchas fuerzas que se encuentran más allá de sus posibilidades perceptivas, por estructuras internas que controlan su comportamiento sin que éste le sea señalado".13 4

Sin embargo, éste no es el único poder que se hace efectivo. Las personas también son capaces de compasión y dulzura, y también sienten estos poderes.

Al igual que Asch, Milgram también observó las fuerzas contradictorias que actuaban en los sujetos de sus experimentos: "Se desarrolló un conflicto entre la disposición profundamente arraigada a no hacer daño a los demás y la tendencia igualmente imperiosa a obedecer a otros con autoridad. [...] [Los sujetos] se encuentran en una situación conflictiva profunda y muy sentida. "13 5

Si queremos explicar este resultado y el hecho de que muchos sujetos de prueba siguieran las instrucciones del experimentador utilizando la imagen

de un rebaño de ovejas, entonces podemos decir que la gente sigue a las autoridades del mismo modo que un rebaño de ovejas sigue a su pastor.[13 6]

Thaler y Sunstein también lo reconocen. Explican que, además de la influencia social de la mayoría, existe otra forma de influir en las personas: "Unas pocas personas influyentes a las que se gana como defensores de una causa tienen un efecto similar", explican en su libro "Nudge".[13 7]

En la propaganda (de guerra), la valorización o devaluación de líderes individuales es, por lo tanto, una herramienta particularmente popular junto con el uso de "influenciadores" pagados. El hecho de que esto sea posible con el lenguaje ya se ha explicado.

La campaña de John D. Rockefeller, Jr. tras la masacre de Ludlow es también un ejemplo de cómo se puede dar la vuelta por completo a la imagen pública de una persona con técnicas de manipulación selectiva.

Otro ejemplo de cómo el poder duro y el poder blando se entrelazan con la devaluación del enemigo como propaganda de guerra es el derrocamiento del presidente democráticamente elegido de Guatemala, Jacobo Árbenz, en 1954, que se explica con más detalle en el capítulo siguiente. En relación con Milgram, sin embargo, es obvia la estrategia del gobierno estadounidense de devaluar deliberadamente la autoridad de Árbenz.[138] Por eso su gobierno fue calificado de "dictadura comunista" por el presidente Eisenhower. El arzobispo de Guatemala también se unió a esta campaña de propaganda e hizo leer una carta pastoral en la que advertía contra el "demonio llamado comunismo" en relación con el rumbo político de Árbenz y llamaba a la gente de la iglesia a "levantarse como un hombre contra este enemigo de Dios y de la patria".[13 9]

Propaganda de guerra durante el derrocamiento del gobierno en Guatemala (1954)

Lo que ocurrió en Guatemala puede resumirse en una frase: En 1954, el presidente democráticamente elegido de Guatemala, Jacobo Árbenz, fue derrocado por una operación ilegal de la CIA. Es obvio que un acto tan

obviamente ilegal no es fácil de comunicar a la propia población, por lo que este derrocamiento del gobierno en Guatemala es un ejemplo muy vívido del poder de la propaganda, ya que sólo mediante una hábil manipulación fue posible confundir a la población y obtener su consentimiento. Esto no fue fácil, ya que hacía menos de una década de los horrores de la Segunda Guerra Mundial y para muchas personas la guerra era lo último que podían imaginar o deseaban.

Por esta razón, la fuerza militar y el uso del poder duro requirieron inicialmente una campaña de propaganda masiva, a través de la cual se pudo iniciar e impulsar la violencia. La propaganda siempre acompañó a la fuerza militar y a la operación de inteligencia de la CIA PBSUCCESS (1952-1954).[140]

Uno de los impulsores del derrocamiento del presidente Jacobo Árbenz, elegido en 1951, fue la empresa estadounidense United Fruit Company, fundada en 1899. En aquella época, era una de las mayores empresas de EE.UU. e importaba plátanos de países como Guatemala, Costa Rica y Honduras a EE.UU. con grandes beneficios.

United Fruit poseía tantas tierras en estos estados que también se les denominaba "repúblicas bananeras", una expresión que se sigue utilizando hoy en día.[141] Se produjo en aquel momento porque la tierra también estaba muy desigualmente distribuida en Guatemala. Sólo el 2% de la población poseía más del 70% de la tierra[142] , y de este 2%, la United Fruit era uno de los mayores terratenientes.

El Presidente Árbenz consideró injusto este reparto, por lo que decidió transferir casi 85.000 hectáreas de tierra a más de 100.000 ciudadanos pobres de su país. Como siguiente paso, planeó comprar otras 72.000 hectáreas de tierra a la United Fruit. Quería pagar el equivalente a unos 7,50 dólares por hectárea, ya que la propia United Fruit Company declaró este precio en su declaración de la renta. Sin embargo, la empresa quería 25 veces más, es decir, casi 190 dólares por cada hectárea de tierra expropiada.[143]

La población guatemalteca también empezó a declararse en huelga, exigiendo salarios más justos y mejores condiciones de trabajo. Antes de 1951, Guatemala había sido un "sueño capitalista", con salarios bajos, pocos impuestos y grandes beneficios. Todo esto estaba ahora en peligro de llegar a su fin. En Irán ya se había producido una evolución similar en 1951. Allí, el Primer Ministro Mohammad Mossadegh había decidido nacionalizar la industria petrolera. En 1953 fue derrocado por un golpe de Estado organizado por la CIA estadounidense y el MI6 británico.

El experto en propaganda Edward Bernays, que trabajaba entonces para la United Fruit, observó muy de cerca la caída de Mossadegh y del gobierno de Árbenz. Temía que, al igual que Mossadegh, Árbenz intentara resistirse al control extranjero de las materias primas de su país. Esto habría costado mucho dinero a la empresa United Fruit, algo que Bernays estaba decidido a evitar.

"Guatemala podría ser el próximo país [afectado por un golpe de Estado]", advirtió Bernays a su empleador.144 Para evitarlo, Bernays estaba convencido de que había que movilizar a la opinión pública. "Bernays aconsejó a la empresa que gritara tan fuerte que Estados Unidos intervendría para controlar esta amenaza tan cercana a su frontera", según el biógrafo de Bernays, Larry Tye.14 5

Bernays utilizó encuestas psicológicas a partir de 1951 antes de lanzar su campaña. Se trataba de un enfoque habitual para Bernays, pero progresista en aquella época. El filósofo y teólogo francés Jacques Ellul explica así este enfoque científico de la propaganda moderna, que Bernays también eligió: "La propaganda moderna se basa en un análisis científico de la psicología y la sociología. Paso a paso, el propagandista desarrolla sus técnicas sobre la base de su conocimiento del hombre, sus inclinaciones, sus deseos, sus necesidades, sus mecanismos psicológicos, sus condicionamientos -y tanto sobre [la base de] la psicología social como sobre [la base de] la psicología profunda. "14 6

Este perspicaz análisis se remonta al libro de Ellul de 1962, pero es tan actual que la cita puede encontrarse no sólo en la obra de Ellul

"Propaganda", sino también en un documento de estrategia sobre la guerra cognitiva de 2020. Esto demuestra una vez más lo intemporal que es la propaganda de guerra y lo importante que es echar la vista atrás a los desarrollos de los últimos 100 años si se quiere entender la guerra cognitiva de hoy.

Bernays también tenía claro que debía preparar cuidadosamente su propaganda de guerra.

"Todo este asunto de la propaganda anticomunista eficaz no es cuestión de improvisación", escribió Bernays a Edmund Whitman, jefe de relaciones públicas de United Fruit.14 7

Creía que el derrocamiento del gobierno debía planificarse del mismo modo que se planifica el control de plagas en las plantas: requiere "el mismo tipo de enfoque científico que se utiliza, por ejemplo, para combatir una determinada enfermedad vegetal mediante un método científico", escribió Bernays en su carta a Whitman.14 8

Bernays había perfeccionado este enfoque sistemático durante mucho tiempo. Y como siempre había comprendido que las armas del poder blando eran al menos tan eficaces como la fuerza militar, también dio a su campaña un nombre militar. En referencia a la "Blitzkrieg", a principios de los años 50 llamó a su propaganda de guerra "bombardeo mediático".149 A través de sus análisis, descubrió que podía explotar el miedo de la población al comunismo para una campaña de propaganda.

La herramienta más importante que eligió para ello fue la información. No sólo quería influir en los sentimientos de la gente, sino también en sus pensamientos.150 Al igual que Ivy Lee, que había distribuido comprobaciones de hechos y comunicados de prensa ostensiblemente neutrales (pero unilaterales) para sus empleadores durante la masacre de Ludlow, Bernays también utilizó el poder de la información supuestamente "neutral". Su objetivo era devaluar a Árbenz y crear el temor de una amenaza comunista en la población y el gobierno estadounidenses.

Para ello, Bernays diseñó una campaña de propaganda masiva y encubierta, que denominó "bombardeo mediático" en referencia a la palabra "blitzkrieg".

Quería enfatizar que quería "asaltar" a la gente con propaganda y cogerla por sorpresa de tal manera que no tuviera más remedio que seguir sus mensajes. "El bombardeo mediático significa que uno está constantemente al teléfono con todo tipo de personas influyentes de la prensa y les suministra constantemente material. Él [Bernays] incluso creó su propio servicio de noticias, sólo sobre el tema de Guatemala", explica Shelly Spector, fundadora del Museo de Relaciones Públicas de Nueva York.[15 1]

En realidad, el pueblo estadounidense no quería esta guerra. La Segunda Guerra Mundial aún no había terminado hacía una década y la gente no quería ir a la guerra de nuevo. Edward Bernays, sin embargo, ya había trabajado en la Comisión Creel y sabía cómo hacer cambiar de opinión a una población cansada de la guerra.

Los hechos que presentó pretendían convencer a la gente a través de sus pensamientos de que había que derrocar al gobierno de Guatemala. Como ya se ha mencionado, la propaganda se esforzó por devaluar y demonizar a Jacobo Árbenz. "El mecanismo psicológico es transparente: si la víctima es una persona indigna, no hay necesidad de sentir remordimientos por infligirle bromas", Stanley Milgram explica esta herramienta de poder blando.[15 2]

Esta importancia de la información como arma también se utiliza hoy en día en la guerra cognitiva, destacando el contexto histórico que se remonta a la Primera Guerra Mundial: "El arma de la información es un viejo legado de la Guerra Fría (se podría remontar a los conflictos mundiales de principios del siglo XX), y desde los años 60 y 70 la noción de campo perceptivo ha formado parte de la doctrina de las principales fuerzas armadas hasta nuestros días", según la observación del General del Ejército del Aire Eric Autellet.[15 3]

Para llevar a cabo esta "guerra relámpago mediática" y devaluar a Árbenz, Bernays necesitó el apoyo de muchos periodistas estadounidenses, a los que suministraba constantemente "información". Consiguió que diez conocidos periódicos advirtieran del "peligro comunista" que representaba Guatemala y

él mismo escribió informes sobre Guatemala. Estos, por supuesto, fueron escritos en interés de su empleador.

"A un número sorprendente de respetados reporteros no parecía importarles ni saber nada de esta orquestación, ni del hecho de que Bernays trabajaba para una empresa con enormes intereses económicos en juego. Lo importante era que los comunicados de prensa [de Bernays] estaban llenos de hechos que podían convertir rápidamente en historias", explica Tye.[15 4]

Al principio, periódicos como el *New York* Times fueron así persuadidos de presentar a Guatemala como víctima de los "rojos" (es decir, los comunistas). "[Los informes] aparecieron después de que Bernays visitara al editor Arthur Hays Sulzberger. Después aparecieron reportajes en las principales revistas de . La mayoría de ellos, como la serie en el *Times*, fueron escritos con el útil asesoramiento de Bernays", según Stephen Kinzer.[15 5]

Bernays también organizó viajes a Guatemala para un grupo de periodistas. Aunque todavía hoy se discute si Bernays influyó de esta manera en los periodistas, el experto en relaciones públicas Thomas McCann escribió más tarde:

"El viaje y otros similares tuvieron lugar bajo la cuidadosa dirección de la empresa y, por supuesto, a expensas de la empresa. ... Los viajes eran aparentemente para recabar información, pero lo que la prensa oiría y vería estaba cuidadosamente orquestado y dispuesto por el anfitrión. El plan representaba un serio intento de poner en peligro la objetividad".[15 6]

Según McCann, Bernays no mintió, y es difícil comprender hasta qué punto fue directa su influencia sobre los periodistas. Lo que es seguro, sin embargo, es el efecto. Tras viajar a Guatemala, muchos periodistas informaron sobre el peligro de la Guatemala "comunista". Sin embargo, esto no era cierto, ya que Árbenz no era comunista y no estaba controlado por Moscú, como afirmaba entonces la propaganda de guerra. "Una prensa estadounidense hostil y mal informada ayudó a crear una opinión pública emocional [...] Movilizamos todas nuestras fuerzas y propaganda [...] para

echar al presidente Jacobo Árbenz [...]", según el periodista *del New York Times* Herbert L. Matthews.[15 7]

La repetición constante de información que presentaba a Árbenz y a su gobierno como comunistas controlados por Moscú hizo que la opinión pública se caracterizara por la preocupación y el miedo a Guatemala. La campaña de propaganda de Bernays había logrado convertir las preocupaciones de su empleador United Fruit (de menos beneficios) en las preocupaciones de la población (de una amenaza comunista).

Al mismo tiempo, el servicio de inteligencia exterior CIA y el gobierno estadounidense dirigido por el secretario de Estado John Foster Dulles y el presidente Dwight D. Eisenhower aumentaron la presión militar sobre la pequeña Guatemala. El gobierno estadounidense también estaba decidido a derrocar a Árbenz. Raymond Leddy, Director Político para Centroamérica del Departamento de Estado, escribió al embajador Peurifoy: "Hay una determinación al cien por cien, de arriba abajo, de deshacerse de este apestado [se refería a Árbenz] y no parar hasta hacerlo. "[15 8]

El poder duro y el poder blando iban así de la mano, y el 18 de junio de 1954, una fuerza dirigida por Carlos Castillo Armas y 200 soldados reclutados y entrenados por la CIA invadió Guatemala. Además, se bombardearon puertos, instalaciones militares e incluso una escuela, y la propaganda constante en Guatemala hizo parecer que el gobierno de Árbenz no tenía ninguna posibilidad contra la supuesta fuerza superior que quería derrocarle.[159] Esto no era cierto y se trataba de otra estratagema propagandística, que se explicará con más detalle en el próximo capítulo.

Bernays llamó a la fuerza armada de Armas el "ejército de liberación".[160] Derrocó al gobierno de Jacobo Árbenz.

Hubiera sido posible que los periodistas examinaran esta operación ilegal de la CIA o la campaña de propaganda de Bernays. Pero no lo hicieron y a menudo transmitieron acríticamente al pueblo estadounidense la información que les daba United Fruit. Así lo critica el autor William Blum en su obra de referencia sobre las operaciones ilegales de la CIA:

"Los periodistas estadounidenses que informaron sobre los acontecimientos en Guatemala no mostraron ninguna inclinación a llegar al fondo de las cosas, ni siquiera una sana sospecha de la propaganda de los conspiradores. Lo que la prensa estadounidense ocultaba era tanto más evidente para un gran número de latinoamericanos. Feroces protestas contra Estados Unidos estallaron en al menos once países durante esa semana [de violencia militar] de junio. "[16 1]

El golpe fue un éxito militar y poco después Castillo Armas tomó posesión como presidente. Bernays no fue el unico satisfecho con este golpe ilegal y el exito de su campana de propaganda. El gobierno de los Estados Unidos tambien estaba satisfecho.

Cuando el Vicepresidente Nixon visitó Guatemala tras el golpe, agradeció al Presidente Armas el golpe militar.

"Es la primera vez en la historia del mundo que un gobierno comunista es derrocado por el pueblo. Estamos seguros de que bajo su liderazgo y con el apoyo del pueblo, cientos de los cuales conocí durante mi visita a Guatemala, Guatemala entrará en una nueva era en la que reinarán la prosperidad y la libertad para el pueblo. Muchas gracias por darnos la oportunidad de ver esta muestra de comunismo en Guatemala. "[16 2]

Más tarde añadió: "En ningún otro lugar del mundo se pueden comparar los efectos del comunismo sobre la democracia y la gente corriente tan de cerca como en Guatemala. "[16 3]

Por tanto, Nixon opinaba que el país florecería porque se había derrocado a un "dictador malo y comunista". Sin embargo, no mencionó la campaña de propaganda ni las operaciones ilegales de la CIA, que habían hecho posible el golpe en primer lugar.

Además, Nixon se equivocó sobre el futuro de Guatemala. Era cierto que el golpe había sido un éxito para United Fruit, porque el nuevo presidente Castillo Armas anuló la reforma agraria de su predecesor, prohibió un sindicato y devolvió a United Fruit sus tierras.

Para la población pobre, sin embargo, fue el comienzo de un largo periodo de sufrimiento.

Aunque el golpe militar en sí se había cobrado unas 200 vidas[164] , el violento cambio de gobierno fue el comienzo de un período de guerra civil y violencia sin precedentes en el país que se cobraría muchas más vidas. Desde la década de 1950 hasta la de 1970, "Guatemala se caracterizó por una creciente represión estatal contra sus ciudadanos en respuesta a los crecientes disturbios provocados por diversas milicias. En 1982, el ejército guatemalteco llevó a cabo una campaña de tierra quemada contra la recién fundada Unidad Nacional Revolucionaria de Guatemala (URNG), que se saldó con un elevado número de víctimas mortales "[165]. Esta fue la conclusión de una comisión de investigación que publicó sus resultados en 1999.

Una de las peores consecuencias de esta violencia del nuevo gobierno fue el genocidio de cientos de miles de indígenas.

"La población civil maya de las tierras altas fue víctima de una guerra civil de 36 años en la que 900.000 de ellos fueron expulsados de sus tierras y muchos de ellos se convirtieron en refugiados en México, Belice y Estados Unidos. Otros 166.000 [mayas] fueron asesinados o "desaparecieron". Cuando se declaró el alto el fuego en 1996, los mayas representaban el 83% de los muertos en la guerra. Un estudio de las Naciones Unidas concluyó que la política de guerra de Guatemala equivalía a un genocidio contra los mayas", resume un manual sobre la vida maya.[16 6]

Nada de esto habría sido posible sin la propaganda. Thomas McCann explica lo grande que fue la influencia de la campaña de Bernays. En aquella época era un joven empleado de relaciones públicas de United Fruit y Bernays no le caía especialmente bien. Esto se debía también al hecho de que Bernays ganaba en United Fruit la entonces inimaginable suma de 100.000 dólares estadounidenses al año. Sin embargo, según McCann, Bernays valía ese dinero:

"Todo el mundo en la empresa le odiaba, no confiaba en él, no le gustaba su política, no le gustaba su salario... [....] Pero creo que conseguimos que nuestro dinero valiera la pena, eso seguro. Me uní a la compañía en el 52, más o menos cuando Árbenz hizo su gran movimiento y expropió nuestras

tierras, y vi un cambio completo en la cobertura debido a lo que Eddie estaba haciendo. [...] No cabe la menor duda de que Bernays desempeñó un papel importante en el cambio de la opinión pública sobre Guatemala. Lo hizo manipulando a la prensa. Fue muy, muy bueno en ello hasta el día de su muerte. "[16 7]

El biógrafo de Bernays, Larry Tye, también está convencido del importante papel de la propaganda en el golpe. "La mayoría de los analistas coinciden en que la United Fruit fue la fuerza más importante en el derrocamiento de Árbenz, y Bernays fue el propagandista más eficaz de la compañía frutícola. "[168] No debe pasarse por alto lo estrechamente vinculados que estaban en este caso el poder blando y el poder duro. "Esta aventura de presión costó unas 150.000 vidas guatemaltecas", critican Miller y Dinan.[16 9]

Hasta el día de hoy se discute si Bernays había engañado deliberadamente a los periodistas para esta "aventura de lobby". Él mismo insistió hasta su muerte en que no había transmitido ninguna información falsa a .

"No creo que mi padre mintiera nunca deliberadamente", dijo su hija, y añadió: "Bueno, quizá lo hizo... la verdad tiene muchas facetas diferentes. "[17 0]

A pesar de la desastrosa combinación de poder blando y duro, que puede verse en el ejemplo de Guatemala, esta estrategia no se detuvo. Al contrario, Guatemala fue el comienzo de una serie de conflictos en los que los métodos modernos de propaganda se perfeccionaron cada vez más y se utilizaron junto con la fuerza militar, a pesar de que el derecho internacional lo prohíbe. "Bernays ayudó a disminuir la legitimidad del gobierno electo. Esto sentó un precedente peligroso. Pensamos que podíamos dictar la política estadounidense a otros países, pero eso fracasó en Cuba, donde intentamos hacer lo mismo con el régimen de Castro, y en Vietnam "[171] , Larry Tye resume la importancia de Guatemala, que, junto con el golpe de Estado en Irán en 1953, iba a servir de pistoletazo de salida para otros golpes de Estado e invasiones.[17 2]

El hecho de que estos ataques a otros países no hayan cesado hasta hoy lo demuestra un estudio del Congreso de EEUU, que examinó los despliegues en el extranjero del ejército estadounidense entre 1798 y 2022.[173] Llegó a la conclusión de que EEUU ha tenido un total de 469 despliegues en el extranjero desde 1798, incluidos 251 despliegues tras el final de la Guerra Fría en 1991.

Aunque este poder blando y duro no siempre ha tenido éxito, la OTAN sigue recomendando utilizar la herramienta de manipulación de la información como arma. A diferencia de Bernays, la idea de mentir deliberadamente apenas molesta a la alianza militar.

El investigador francés Baptiste Prébot lo explica en su ensayo sobre las "vulnerabilidades cognitivas" en el contexto de la guerra cognitiva:

"No se trata sólo de negar al enemigo el acceso a determinada información (por ejemplo, mediante inhibidores), sino también de manipular esta información. Esto puede hacerse, por ejemplo, proporcionando información falsa a través de los canales habituales, con lo que puede determinarse específicamente cuándo y a quién debe transmitirse la información para perturbar de forma óptima la decisión. "[17 4]

Al igual que Bernays, la OTAN ha reconocido así el poder de la información y califica su manipulación de "arma poderosa "[175 .]

En su prólogo a un simposio científico sobre la guerra cognitiva, el General de División Philippe Montocchio explica que la información puede utilizarse como arma, al igual que se utilizó para derrocar al gobierno de Guatemala: "En este mundo emergente, la guerra de información y la guerra cognitiva [...] probablemente [...] lograrán el estado final deseado: La desestabilización de un líder político, un comandante militar... "[17 6]

Un ejemplo actual de un intento de desestabilización de este tipo es Siria con su presidente Bashar al-Assad. Al igual que en Guatemala en 1954, Assad también está siendo demonizado en la guerra siria (desde 2011) y descrito como un "asesino de masas "[177] o incluso como un "nuevo Hitler "[178] . Con ello se olvida que existen tanto críticos como partidarios del Gobierno de Assad y que ambos deben exponer sus argumentos. Sin

embargo, estos términos con connotaciones muy negativas lo devalúan, y el fuerte impacto de "carniceros "[179] o "nuevo Hitler" hace difícil seguir debatiendo la cuestión con objetividad.

Esta devaluación selectiva de presidentes impopulares y personalidades conocidas es una forma establecida de propaganda de guerra, que Harold Lasswell describió ya en 1927: "Siempre es difícil para muchas mentes simples dentro de una nación asignar características personales a una entidad tan dispersa como una nación entera. Necesitan un individuo al que atribuir su odio. Por lo tanto, es importante seleccionar a un puñado de líderes hostiles y acusarlos de todo el decálogo de pecados".[180] Hoy en día, existen manuales enteros sobre la devaluación selectiva de individuos, también conocida como "character assassination "[181] .

ARD también utiliza esta técnica de devaluación selectiva, etiquetando a Assad de "gobernante" y escribiendo en 2022 sobre las terribles consecuencias de la guerra: "[...] los datos básicos de Siria: medio millón de muertos de guerra, seis millones de desplazados dentro de Siria, 5,6 millones que han huido al extranjero. Siria sigue siendo la mayor catástrofe humanitaria de nuestro tiempo". Provocada por el gobernante sirio Bashar al-Assad. "[18 2]

Para ARD, por tanto, está claro que Assad es el responsable del sufrimiento en Siria. Sin embargo, omite mencionar que los servicios secretos occidentales también participaron en el conflicto. Del mismo modo que los medios de comunicación estadounidenses no informaron sobre la implicación de la CIA en el golpe de Estado de 1954 en Guatemala, que había entrenado a las tropas de Castillo Armas y había ayudado a bombardear el país, los medios occidentales ocultaron en gran medida el armamento y el entrenamiento de los opositores de Assad en Siria por parte de la CIA como parte de la llamada "Operación Sicomoro de Madera "[183] .

Esta unilateralidad y la selección y omisión selectiva de información siguen formando parte hoy en día de la guerra de información y, por tanto, también de la guerra cognitiva. Piers Robinson criticó esta omisión deliberada de la

operación de inteligencia de la CIA con fines propagandísticos: "Se llamaba Timber Sycamore. La gente puede buscarla. La operación de la CIA, junto con la de Arabia Saudí, sigue envuelta en el secreto, lo que forma parte del problema de nuestro país . Una gran operación de guerra envuelta en secreto. Nunca debatida por el Congreso, nunca explicada al pueblo estadounidense, firmada por el presidente Obama y nunca explicada. "[18 4]

Pirámide de necesidades de Maslow[18 5]

En su campaña de propaganda, Edward Bernays no sólo utilizó información parcialmente manipulada y la devaluación de su oponente, sino que también hizo un uso intensivo de otra poderosa herramienta propagandística: el efecto del miedo.

Su hija, Anne Bernays, explicaba así la técnica de su padre: "Puedes tocar los sentimientos más profundos o los miedos más profundos de la población y utilizarlo para tus propios fines. "[18 6]

Como asesor del Presidente Eisenhower, Bernays se esforzó por alimentar el temor al comunismo y a una posible invasión de Estados Unidos por la Unión Soviética.

Esta técnica de alimentar el miedo y utilizarlo para dirigir a la gente es muy antigua y se utiliza una y otra vez en la propaganda de guerra.

Cómo y por qué funciona esto puede explicarse fácilmente utilizando un modelo desarrollado por el psicólogo Abraham Maslow en la década de 1940: la pirámide de necesidades o jerarquía de necesidades.

Maslow tenía una visión muy positiva del ser humano, por lo que se le considera uno de los fundadores de la "psicología positiva". A diferencia de Freud, Maslow no pensaba que las personas estuvieran (sólo) movidas por instintos como la agresividad o el impulso sexual. En este contexto, Maslow hablaba de las "necesidades inferiores "[188] y partía de la base de que las personas en realidad buscan el amor y la autorrealización y son esencialmente buenas.[18 9]

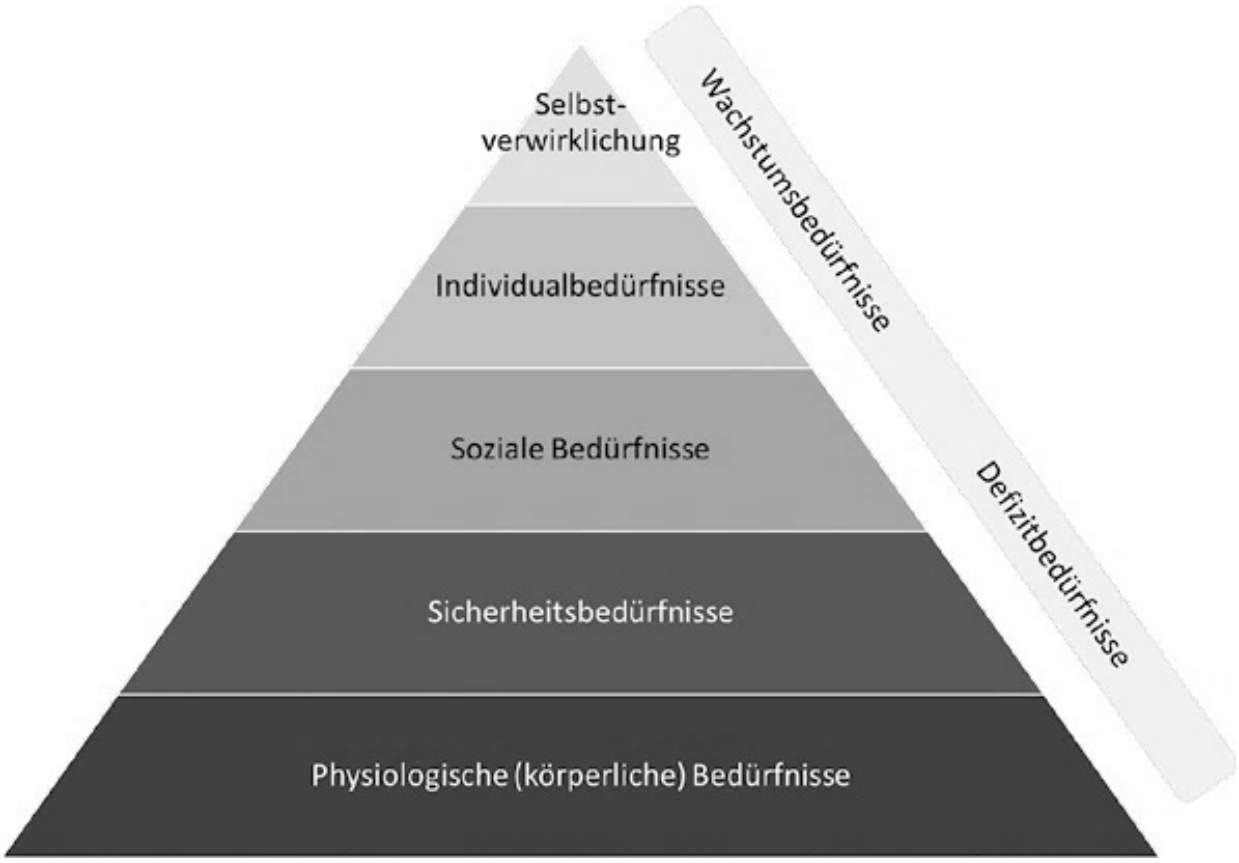


Figura 4: La pirámide de necesidades según Maslow18 7

Por tanto, no estaba de acuerdo con la desconfianza que había surgido tras las dos guerras mundiales. Siguió resurgiendo la idea de la psicología de masas, según la cual la población era en realidad irracional y se movía por instintos oscuros, por lo que había que controlarla. Abraham Maslow, sin embargo, se oponía a esa visión negativa del ser humano. "Es una especie de sospecha paranoica, una forma de devaluación de la naturaleza humana, que a menudo observo [...]", dijo Maslow sobre esta desconfianza en la naturaleza humana.19 0

Con su pirámide de necesidades, parte de la base de que las personas tienen en primer lugar necesidades básicas que deben satisfacerse antes de poder tener en cuenta necesidades de nivel superior. Las necesidades básicas incluyen el deseo de comida, sueño suficiente, seguridad o buenos contactos sociales. Se consideran "necesidades deficitarias", lo que significa que si las personas carecen de seguridad, por ejemplo, primero intentan compensar

esta carencia y recuperar la seguridad antes de poder atender necesidades superiores como la autorrealización. Las siguientes necesidades más elevadas son la necesidad de comunidad y de contacto social, seguidas de las necesidades individuales, como la necesidad de reconocimiento, aprecio y la experiencia de la propia competencia.[191] La necesidad más elevada es la autorrealización, un nivel por el que todos luchamos y que a menudo sólo puede alcanzarse a lo largo de la vida y no es posible para todo el mundo.

Las conclusiones de Maslow ofrecen una visión muy compleja y holística de los motivos básicos de las personas y se han tenido en cuenta en muchos ámbitos diferentes. Un ejemplo es el sector privado: Maslow enseñó a los directivos que debían asegurarse de que sus empleados se sintieran cómodos, valorados e integrados socialmente. Para ello, se adaptaron específicamente la estructura de comunicación y el ambiente de trabajo, con lo que los objetivos finales no eran el bienestar de los empleados, sino el aumento de la producción y la disminución de las huelgas.[19 2]

Los descubrimientos de Maslow también se utilizaron en la propaganda, donde se emplearon de forma especialmente dañina. Aunque Maslow tenía una visión tan positiva de las personas, su pirámide de necesidades es un ejemplo de cómo la propaganda puede utilizar indebidamente los descubrimientos de la psicología para sus propios fines.

Para ello, la propaganda suele comenzar en los niveles inferiores de la jerarquía de necesidades, por ejemplo con las necesidades de seguridad. Si éstas no están garantizadas y las personas tienen que temer por su seguridad (o se les hace creer que lo hacen), entonces sienten miedo. Se trata de una táctica conocida desde hace miles de años y corroborada teóricamente por los descubrimientos de Maslow.

El miedo es un instrumento de propaganda

El uso selectivo del miedo se remonta a la antigüedad. El historiador griego Polibios (hacia 200-120 a.C.) ya explicó cómo puede utilizarse el miedo

como técnica de dominación. Creía que había que controlar a la gente mediante "miedos difusos e imágenes de terror".[193]

Si quieres entender esta técnica de poder blando, la imagen del rebaño de ovejas ayuda de nuevo. En este caso, el miedo es el perro pastor que ladra fuerte y corre alrededor del rebaño para dirigir a las ovejas en la dirección deseada.

Esta técnica se utilizó durante el cambio ilegal de régimen en Guatemala. Se utilizó la propaganda para crear miedo, tanto entre la población de EE.UU. como en Guatemala. Bernays creó su servicio de noticias falsas, que se explicó en el capítulo anterior, para atizar el miedo en casa.

Para asegurarse de que la población y el gobierno de Guatemala también tuvieran miedo, se utilizó una mezcla de violencia militar y propagandística. Howard Hunt, director de la operación de la CIA en Guatemala, explica así la táctica de esta creación estratégica del miedo: "Lo que queríamos era tener una campaña de terror en para atemorizar a Árbenz en particular. Y para aterrorizar a sus tropas, del mismo modo que los bombarderos Stuka alemanes habían aterrorizado a la población de Holanda, Bélgica y Polonia al comienzo de la Segunda Guerra Mundial y simplemente paralizaron a todo el mundo".[194] Con este fin, se lanzaron panfletos por todo el país, afirmando que Árbenz era un espía controlado por Moscú que estaba aterrorizando a su propio pueblo. Esto no era cierto, Árbenz era más bien un socialista que se preocupaba por la justicia social, pero estos hechos se perdieron en la blitzkrieg propagandística.

A día de hoy, es una técnica eficaz de poder blando meter miedo a la gente amenazando sus necesidades fisiológicas o de seguridad para que se paralicen, como Hunt reconoce correctamente. La población atemorizada suele ser incapaz de pensar con claridad y, por tanto, es más fácil de controlar.

El psicólogo Rainer Mausfeld también lo ha reconocido y critica que la generación de miedo se haya utilizado a lo largo de la historia para controlar a las personas. Especialmente desde la invención de la radio y la televisión, las posibilidades de tales mecanismos de control han crecido enormemente.

"El miedo manifiesto en la población puede incrementarse con especial eficacia mediante la propagación en los medios de comunicación de masas de peligros reales o percibidos. Hay muchos ejemplos históricos y actuales de ello. [...] La historia ha demostrado una y otra vez que proyectando los motivos propios en 'el enemigo' -que luego pueden combatirse con el enemigo- es posible ganarse la tolerancia o la aprobación de la población para una guerra de agresión planificada", según la sagaz observación de Mausfeld sobre la creación del miedo como herramienta de la propaganda de guerra.[19 5]

Un ejemplo más reciente de cómo Estados Unidos, como país líder de la OTAN , ha utilizado este alarmismo al igual que Bernays y ha amenazado a las personas en el nivel de "necesidades de seguridad" de la pirámide de Maslow es la guerra de Irak de 2003, en la que el entonces vicepresidente Dick Cheney afirmó que el presidente de Irak, Sadam Husein, estaba construyendo una bomba nuclear y poseía armas químicas y biológicas. "Sabemos que ha trabajado con éxito para mejorar sus capacidades en armas biológicas. Y estamos convencidos de que, una vez más, ha comenzado a adquirir un arma nuclear", declaró Cheney en 2002.[19 6]

Para aumentar aún más el miedo y el sentimiento entre la población, Cheney expresó su "preocupación" por el pueblo de EEUU: "Ahora debemos preocuparnos por ser vulnerables a un ataque como no habíamos experimentado antes del 11 de septiembre [de 2001], con un arma mucho más mortífera", según la propaganda del miedo de Cheney.[197] Desde una perspectiva psicológica, esto fue especialmente pérfido, ya que el atentado del 11 de septiembre de 2001 seguía muy presente en la mente de la población, que no quería volver a experimentar un ataque terrorista de este tipo bajo ninguna circunstancia.

El 5 de febrero de 2003, estas mentiras fueron presentadas a la opinión pública mundial. El Secretario de Estado Colin Powell agitó un pequeño tubo de cristal lleno de un polvo de color claro y anunció:

"Quiero proporcionarles [...] información adicional hoy y decirles lo que Estados Unidos sabe sobre las armas de destrucción masiva de Irak [...].

Señorías, cada afirmación que hago hoy está respaldada por fuentes, por fuentes sólidas. No son afirmaciones. Lo que les estamos diciendo son hechos y conclusiones basados en pruebas sólidas. [...]

Numerosos informadores nos dicen que los iraquíes [...] transportan armas de destrucción masiva de un lado a otro para que no las encuentren los inspectores [de la ONU]. "19 8

Al igual que con la propaganda de Bernays en Guatemala, esta información de Powell en 2003 no era cierta, y hasta la fecha no se han encontrado armas de destrucción masiva.199 No obstante, la propaganda de guerra fue eficaz y Estados Unidos invadió Irak el 19 de marzo de 2003.

Un informe de IPPNW (Médicos Internacionales para la Prevención de la Guerra Nuclear) calcula que un millón de iraquíes murieron a causa de la guerra entre 2003 y 2015.20 0

Todo esto también fue posible gracias a la poderosa herramienta del miedo.

El proceso de percepción humana

Ya se han explicado algunas de las herramientas de poder blando más importantes, que se dirigen específicamente a las vulnerabilidades inconscientes de la psique humana. Sin embargo, las posibilidades están lejos de agotarse. Sólo la lista de sesgos cognitivos, que du Cluzel menciona en su documento de análisis, contiene 188 debilidadestipo201 potenciales de este y hay muchas más.

Aunque no es posible ni necesario conocer y comprender todas las herramientas del poder blando, hay otro aspecto muy importante para entender la propaganda. Se trata del proceso de percepción y procesamiento de la información, que las técnicas de propaganda bélica manipulan repetidamente en diversos puntos.

Al igual que las demás vulnerabilidades, nuestro proceso de atención también se encuentra "bajo la superficie" del iceberg. Esto significa que nosotros mismos no sabemos cómo funciona nuestra atención y que no siempre percibimos y reconocemos todo tan bien como podríamos pensar.

Un modelo básico es útil para comprender nuestro proceso de percepción y reconocer posibles puntos débiles:[20 2]

A continuación se explican las distintas etapas del tratamiento humano de la información mediante un modelo claro, antes de exponer diversos métodos de manipulación que parten de distintos puntos del tratamiento de la información y aprovechan hábilmente los posibles puntos débiles.

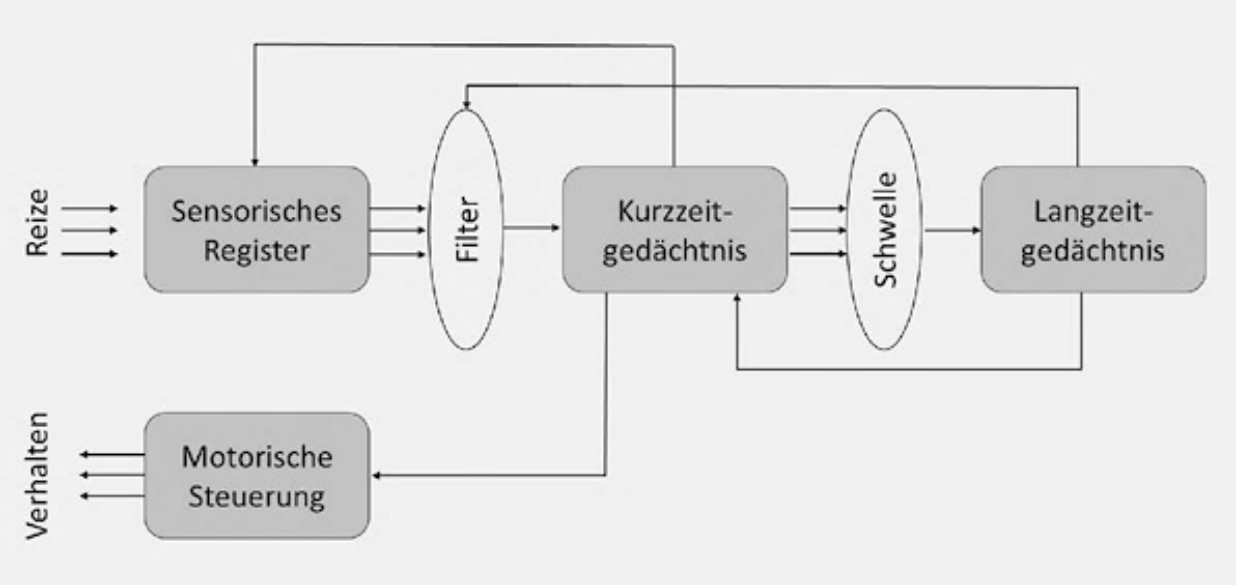


Figura 5: Modelo clásico (muy simplificado) de procesamiento de la información. También puede encontrarse (de forma similar) en documentos sobre guerra cognitiva.[20 3]

Para entender el modelo ilustrado anteriormente, es útil pensar en el procesamiento humano de la información como una cinta transportadora, donde un trabajador coloca paquetes en la cinta y éstos son transportados hacia adelante. Al igual que en la cinta transportadora, los paquetes individuales son transportados por la mente humana y pasan por varios filtros.

El modelo afirma inicialmente que nuestro cerebro sólo puede procesar una pequeña parte de los muchos miles de impresiones sensoriales que nos llegan cada segundo.

Cada segundo llegan unos 10.000 pequeños paquetes (es decir, impresiones sensoriales), pero sólo unos 7 de ellos son seleccionados por el trabajador (es decir, la atención) y entran en la siguiente estancia. La atención es, por tanto,

el primer filtro que decide qué información entra en nuestra conciencia y llega a la siguiente fase.

Esta sala o etapa siguiente es la memoria a corto plazo (o memoria de trabajo). La atención es, por tanto, como el trabajador de la cinta transportadora que decide cuáles de las 10.000 impresiones se colocan en la cinta. Los 7 "paquetes" que se procesan permanecen en nuestra memoria unos 20 segundos y, si no los repetimos, son desplazados por los nuevos paquetes que llegan a la cinta transportadora.[20 4]

Sin embargo, algunos de los paquetes acaban en la habitación de al lado: la memoria a largo plazo. Aquí es donde se almacenan los paquetes o la información que nunca olvidamos durante el resto de nuestras vidas. Para muchas personas, se trata, por ejemplo, de su primer día de colegio, su boda u otras experiencias significativas como el 11 de septiembre de 2001 o el inicio de los encierros por coronavirus. La psicología se refiere a esto como profundidad de procesamiento: "Si procesas la información en tu memoria de trabajo [o memoria a corto plazo] más intensamente [...], promueves simultáneamente el recuerdo que se hará en un momento posterior", dice Gerd Mietzel en su obra estándar sobre psicología educativa.[20 5]

Este último espacio es muy importante, por ejemplo, cuando queremos aprender algo. Al fin y al cabo, no queremos olvidar inmediatamente lo que hemos aprendido, al menos la mayor parte del tiempo. Sin embargo, esto rara vez funciona, y a menudo no basta con asimilar una información una sola vez. Esto significaría que un paquete tendría que pasar de la memoria a corto plazo a la memoria a largo plazo en la primera pasada. Sin embargo, esto sólo ocurre con información muy importante o asociada a emociones muy fuertes, como la alegría y la emoción del primer día de colegio o el nerviosismo de un primer beso. Normalmente, sin embargo, hay que repetir las cosas a menudo (unas 6 veces) antes de que los paquetes se almacenen definitivamente en la memoria a largo plazo y no se olviden nunca más.

El error de confirmación aprovecha una debilidad del procesamiento humano de la información

El hecho de que este proceso de atención y procesamiento de la información también es importante en la propaganda bélica y, por tanto, en la guerra cognitiva, se muestra en el dossier "Cognitive Warfare", elaborado como resumen del primer simposio de la OTAN sobre la guerra de pensamiento. El neurocientífico francés Bernard Claverie presenta un modelo de procesamiento de la información humana que es prácticamente idéntico al de la sección anterior ("El proceso de percepción humana") y lo explica con precisión:

"Una de las primeras cosas de las que hay que darse cuenta sobre la cognición es que tiene una capacidad limitada [...]. Esto se refiere tanto a la cantidad de información que debe procesarse como a la energía dirigida al contenido de este procesamiento. La poca información que llega a los sensores es manipulada por procesos internos de filtrado diseñados para proteger al cerebro de la sobrecarga [...]. "[20 6]

Bernard Claverie reconoce así que el proceso de tratamiento de la información humana no funciona con fluidez, que comete errores y que se puede sobrecargar o engañar deliberadamente si se quiere manipular a la gente.

Uno de los puntos débiles más significativos de este proceso afecta a dos puntos: el primer filtro, es decir, el trabajador de la cinta transportadora que decide qué paquetes se colocan en la cinta para su posterior transporte, y la propia cinta transportadora.

El trabajador tiende a cometer el error de seleccionar los paquetes que ya conoce. Esto también se conoce como "atención selectiva "[207] . Además, a la cinta le gusta pasar los paquetes (es decir, la información) que ya conoce y que ya pueden estar en la sala contigua de forma similar, es decir, que están almacenados en la memoria a largo plazo. Esto da lugar al llamado "sesgo de confirmación "[208] o error de confirmación. Esto significa que preferimos ocuparnos de cosas que ya sabemos o que confirman nuestra opinión o nuestra visión del mundo antes que de información desconocida o que

contradice nuestras creencias previas o cuestiona las opiniones y creencias existentes.

Esto puede sonar abstracto, pero tiene una relevancia muy concreta para la aplicación de la guerra cognitiva. Du Cluzel, del Centro de Innovación de la OTAN, explica explícitamente que el sesgo de confirmación también es de gran importancia para la guerra cognitiva: "Hay muchos sesgos cognitivos diferentes inherentes al cerebro humano. [...] Probablemente el sesgo cognitivo más común y perjudicial es el sesgo de confirmación. Se trata del efecto que hace que las personas busquen pruebas que confirmen lo que ya piensan o sospechan, [y] consideren los hechos y las ideas que encuentran como una confirmación más e ignoren o rechacen cualquier prueba que parezca apoyar un punto de vista diferente. "[209] Las explicaciones del sesgo de confirmación también pueden resumirse muy sucintamente de la siguiente manera: "La gente ve lo que quiere ver. "[21 0]

El sesgo de confirmación ha sido reconocido desde hace mucho tiempo por los especialistas en propaganda. Edward Bernays también lo conocía bien y explicó cómo funciona: "Los psicólogos han demostrado que cuando la gente lee algo, sólo cree lo que ya cree, y que no acepta nada que no crea ya [...]", dijo el fundador de la propaganda moderna.[211] Por lo tanto, según Bernays, es un error intentar convencer a la gente con argumentos racionales. La propaganda es mucho más fuerte cuando apela *al nivel emocional* y controla a la gente emocionalmente que mediante la mera persuasión racional.

Un ejemplo de cómo puede utilizarse este sesgo de confirmación es la palabra "teoría de la conspiración/teórico de la conspiración": cualquiera que ya crea que criticar la guerra cognitiva de la OTAN es una teoría de la conspiración, por ejemplo, es más probable que confirme esta opinión. "Si a la gente se le hace saber preventivamente que podría ser engañada, puede desarrollar una resistencia a los mensajes conspiracionistas", es como el "Handbook of Conspiracy Theories" resume este sesgo de confirmación.[212] En este caso, sin embargo, los autores no quieren advertir contra este sesgo

de percepción. Más bien quieren utilizarlo para proteger a la gente de creer en "peligrosos mitos conspirativos". Los autores de afirman aquí: "Por ejemplo, la creencia generalizada de que los atentados terroristas del 11 de septiembre de 2001 fueron un 'trabajo desde dentro' persiste durante muchos años después del suceso. Y décadas después del hecho, una gran mayoría de estadounidenses cree que el gobierno encubrió la verdad sobre el asesinato de JFK".213 Explotando deliberadamente el sesgo de confirmación y etiquetándolo de "teoría de la conspiración", es posible, por tanto, "proteger" a algunas personas de estos temas o mantenerlas alejadas de ellos.

Esta tecnología también puede utilizarse para "inmunizar" a las personas contra determinados pensamientos o argumentos, según la idea que actualmente se investiga con mayor intensidad:

"Sin embargo, los mejores efectos se consiguen [...] cuando se hace algo que en investigación se llama 'inmunización'. Si se educa a los alumnos sobre el funcionamiento de las teorías de la conspiración en general [...] por un lado, y sobre el contenido de ciertas teorías de la conspiración por otro, varios estudios han demostrado que es muy poco probable que alguien que se enfrenta a [...] teorías de la conspiración en Internet las crea. Por el contrario, es mucho más probable que esa persona sea capaz de identificarlas como lo que son, teorías conspirativas, y diga 'no, mejor lo dejo estar'", declaró el literato alemán Michael Butter a la Agencia Federal de Educación Cívica.214 Esta estrategia también se conoce como "prebunking". Esto significa que los pensamientos y sentimientos de las personas se ven influidos de tal manera que creen que una afirmación posterior es falsa incluso antes de entrar en contacto con ella.215 Esta "vacunación" temprana contra la "desinformación" también forma parte de las investigaciones de la OTAN, como muestra un artículo publicado por StratCom el 29 de octubre de 2021.21 6

El control de la atención aprovecha otro punto débil del procesamiento humano de la información

Otro punto en el que el poder blando puede entrar en juego en el proceso de gestión de la información humana es el control sobre el trabajador en la cadena de montaje. Sólo se transporta lo que el trabajador selecciona. El control de la atención es, por tanto, otra técnica de poder blando muy eficaz.[217]

Sólo podemos basar nuestra comprensión de las cosas y del mundo en lo que conocemos. Esto puede parecer obvio, pero tiene implicaciones importantes. Si sólo los paquetes seleccionados y transmitidos conforman nuestra visión del mundo, nuestras opiniones, pensamientos y sentimientos, controlando este proceso de selección podemos controlar nuestra percepción del mundo y, por tanto, también a las propias personas.[218]

Esta idea de que la propia realidad de las personas puede verse fuertemente influenciada mediante el control de su percepción ha preocupado a la gente durante mucho tiempo. Según Sheldon Wolin, un ejemplo antiguo es la alegoría de la cavernaPlatón[219] de , mientras que un ejemplo más reciente es la conocida película "Matrix", que también se menciona en un dossier sobre la guerra cognitiva. En la película, el "despierto" Morfeo, que conoce Matrix, explica a su protegido Neo:

"¿Qué es la realidad? ¿Cómo se define la realidad? Si la entiendes como lo que sientes, lo que puedes oler, saborear o ver, la realidad no es más que señales eléctricas interpretadas por tu cerebro. [...]. Has estado viviendo en un mundo de sueños, Neo".

La OTAN ha reconocido esta posibilidad de influir y se está concentrando en controlar el "flujo de información "[220] en la guerra de la información para, en última instancia, controlar las percepciones de la gente y, por tanto, sus pensamientos y sentimientos.

La guerra en Ucrania desde el 24 de febrero de 2022 es un ejemplo de cómo las opiniones de la gente pueden verse influidas por el flujo de información. En el lado occidental hay dos puntos de vista diferentes a la hora de valorar la guerra: Mientras que un bando condena el ataque como una guerra de agresión brutal y no provocada por la que no puede haber simpatía, el otro

enfatiza que, aunque se trata de una guerra ilegal, no hay que olvidar la historia previa y el golpe de Estado de 2014 en el Maidan.[22 1]

Se habla mucho del ataque brutal y no provocado, criticado con razón por ilegal. Sin embargo, si se deja de lado el hecho de que hubo un golpe de Estado en 2014 y luego una guerra civil en la que, según la ONU, ya habían muerto 14.000 personas antes de la invasión rusa[222] , entonces este retrato unilateral crea una imagen diferente de la guerra en Ucrania que si se analizaran ambos bandos por igual.

Si se repiten constantemente los crímenes de los soldados rusos como "violaciones, mutilaciones [y] asesinatos de civiles "[223] y al mismo tiempo se demoniza al presidente Vladimir Putin como un "asesino de masas "[224] o un "nuevo Hitler "[225] -como Assad antes que él-, entonces se crea una peligrosa mezcla de miedo y odio en las mentes de la población, que dificulta ver al otro bando como seres humanos. Pero esto es importante, porque si las percepciones de la gente se ven influidas por la selección unilateral de la información de tal manera que ya no hay comprensión ni empatía hacia el otro bando, el camino hacia la paz se hace cada vez más difícil.

En la guerra cognitiva, que actualmente se está intensificando en la guerra de Ucrania, también hay referencias a la posibilidad de influir en las percepciones de las personas, como en la película "Matrix": "Se están desarrollando nuevas teorías que tratan, entre otras cosas se están desarrollando nuevas teorías que tratan, entre otras cosas, de [...] la explotación de las distorsiones cognitivas y [...] la manipulación de las percepciones, la cuestión de cómo se puede dominar o dirigir nuestra capacidad de atención [...]", explican los dos especialistas en guerra cognitiva Claverie y du Cluzel.[22 6]

El hecho de que se pueda "sobrepasar la capacidad de atención" significa que nuestro trabajador en la cadena de montaje no tiene capacidades ilimitadas. Si se les da demasiado trabajo, demasiados paquetes en muy poco tiempo, se estresan, se cansan y cometen errores, que a su vez se pueden

activar y aprovechar específicamente. Este tema se tratará con más detalle en el próximo capítulo.

Una forma es abrumar al trabajador y lanzarle tantos paquetes que simplemente se rinda. Cuando se inunda a la gente con demasiados estímulos y entradas sensoriales, se ven abrumados por esta oleada de información y les resulta difícil pensar con claridad y coherencia. El resultado puede ser que la población se vuelva apática y desinteresada. Bernard Claverie lo explica así: "El ámbito de la distracción es uno de los principales aspectos de la guerra cognitiva" y consiste, entre otras cosas, en "la contaminación de la atención mediante la distracción de la atención [...]".[227]

Este uso selectivo de las limitadas posibilidades de nuestra atención puede impedir que las personas comprendan contextos importantes. Si el trabajador de la cadena de montaje está tan ocupado con paquetes sin importancia que se cansa, puede pasar por alto información realmente importante. Esto, a su vez, puede reforzar el sesgo de confirmación según el cual sólo nos centramos en la información que ya conocemos.

"Podemos imaginar, por tanto, que la atención centrada en un objetivo limita cualquier capacidad atencional para otros objetivos. Entonces sólo sabemos del mundo lo que esperamos de él", afirma Claverie.[228]

Además, puedes diseñar el entorno para que sólo se entreguen determinados paquetes. En otras palabras, controlas la información que recibe la gente y a partir de la cual puede formarse su opinión. Esto se llama guerra de información, que forma parte de la guerra cognitiva.

Y, por último, puedes dirigir conscientemente al trabajador de la cadena de montaje hacia determinados paquetes y dejar que se olvide de otros. Este es el verdadero control de la atención. Cuanto más cansado esté el trabajador de la cadena de montaje y más sobrecargada esté nuestra atención, más fácil resultará este control. El geoestratega estadounidense y miembro de la Comisión Trilateral[229] Zbigniew Brzeziński utilizó el término "tittytainment "[230] , una combinación de los términos entretenimiento y tetas, en este contexto en 1995. Opinaba que había que distraer a la mayoría de la gente con

entretenimientos, como aburridos programas de televisión, para que no prestaran atención a las cuestiones políticas reales.23 1

Este efecto se ve reforzado por Internet y la creciente digitalización, que han dado lugar a una especie de ola de información tan grande que nos inunda regularmente . "Utilizando la tecnología de la información, [la guerra cognitiva] pretende crear confusión [...] e incertidumbre, con un maremoto de sobrecarga de información o desinformación. Esto se consigue llamando la atención sobre objetivos falsos, creando distracción, generando narrativas falsas [...] para lograr objetivos a corto y largo plazo", explica la OTAN en su dossier sobre la guerra cognitiva.232 Este punto representa un arma poderosa en la guerra cognitiva y por ello se explica con más detalle en el siguiente capítulo.

La manipulabilidad de la actual avalancha de información23 3

La cantidad de información que recibimos desde la revolución de la información a través de Internet puede, por tanto, sobrecargar nuestra atención. Sin embargo, también tiene una segunda consecuencia que no consideramos inicialmente. Aunque por un lado es bueno y útil obtener información de muchas fuentes, estar inundados de información puede facilitar su control.

Más información conduce a mejor información, demasiada información conduce a una manipulación más fácil, según la sorprendente pero no nueva conclusión de la investigación. Ya en 1948, Paul Lazarsfeld y Robert Merton reconocieron que una avalancha de información "narcotizaría" al lector u oyente medio en lugar de despertarlo.23 4

El psicólogo Robert Cialdini explica: "Todo indica que el ritmo cada vez más acelerado y la avalancha de información que conlleva la vida en nuestros tiempos harán que esta *conformidad* irreflexiva sea cada vez más habitual en el futuro." 235 Aunque esté cansada o menos receptiva, la

manipulación inconsciente puede ser más eficaz porque "un público que piensa críticamente y está dispuesto a cuestionar tu mensaje se convierte en un problema a gestionar".[236] Esto significa que el auge del poder blando se amplificará aún más por la sobrecarga de información de Internet.

La OTAN también reconoce esta tendencia y quiere utilizarla específicamente para sus fines en la guerra cognitiva: "Con el creciente entorno informativo, el público objetivo vive en un mundo sobresaturado. Esto requiere un enfoque verdaderamente cognitivo y psicológicamente orientado para persuadir, cambiar e influir. A medida que aumenta la incapacidad para confiar en los recursos de información, se hace cada vez más importante comprender los factores mentales que conducen a la provisión de información en la que confía el público objetivo".[237] Por tanto, la OTAN de pretende orientar a las personas sobre cómo navegar por el laberinto de mensajes múltiples, a veces contradictorios, y confía en que la gente sólo asimile la información que procede de fuentes "fiables".

Una forma de aumentar la confianza del público en determinadas fuentes es mediante el uso de "verificadores de hechos", un método utilizado por primera vez por Ivy Lee durante la masacre de Ludlow y acogido explícitamente con satisfacción por la OTAN. Aunque existe un debate entre los investigadores sobre la eficacia del uso de los fact-checkers y las condiciones en las que son más efectivos a la hora de dirigir las opinionesgente[238] de la , la OTAN confía en que tendrán una influencia cada vez mayor y que pueden utilizarse para distinguir a los "periodistas reputados" de los "medios sociales dudosos".[23 9]

Por un lado, el objetivo es proporcionar aún más orientación a las personas abrumadas por la avalancha de información. Por otro, se trata de "facilitar" que la gente obtenga información sólo de las fuentes que la propia OTAN quiere presentar como fiables.

Por ello, también está actuando con vehemencia contra emisoras rusas como RT o Sputnik, a las que acusa de "desinformación [...] destinada a desacreditar a la OTAN".[240] Por ello, el canal RT Deutsch fue prohibido en

dos ocasiones:[241] No se permitió emitir al canal de televisión porque no había recibido una licencia, lo que enfureció al gobierno ruso. Más tarde, como consecuencia de las sanciones de la UE, se prohibió prácticamente por completo la emisión de RT, ya que se suspendieron todos los acuerdos de transmisión y distribución.

Como consecuencia, la cadena RT, crítica con la OTAN, ya no puede emitir tampoco en Inglaterra, a pesar de que, a diferencia de Alemania, había solicitado con éxito una licencia de televisión allí. "Lo que ahora tampoco le sirve de nada", comenta regodeándose Steffen Grimberg, de MDR.[24 2]

El poder de la repetición

Otra herramienta de poder blando es tan antigua como la propia propaganda: el poder de la repetición.

Sólo los contenidos que pasan por la cinta transportadora varias veces, preferiblemente tantas como sea posible, acaban en el último cuarto, la memoria a largo plazo. Todo estudiante que tenga que memorizar algo sabe perfectamente lo agotador que puede resultar este proceso.

Es emocionante que la investigación psicológica haya demostrado que repitiendo constantemente la misma afirmación, se puede crear la sensación de que es cierta aunque los receptores de esta afirmación sepan que es falsa.[24 3]

En este contexto, Deborah Yarsike Ball menciona al político ruso Vladimir Lenin, a quien se atribuye la siguiente cita: "Una mentira que se repite con suficiente frecuencia se convierte en verdad".[24 4]

La importancia de la repetición también se ha comprendido en la guerra cognitiva. John Fuisz, que ganó el concurso de innovación de la OTAN "Contrarrestar la guerra cognitiva" con su equipo Veriphix, explica que la forma más eficaz de lograr un cambio de convicción es la repetición constante. "Lo vemos en las campañas de hoy en día, hay una repetición constante. [...] Las investigaciones han demostrado [...] que una intervención

de 30 minutos tiene un impacto que dura cuatro meses. En Internet, sin embargo, no hay intervenciones de 30 minutos, sino de segundos. El efecto cognitivo es mucho menor, así que hay que darle vueltas continuamente. "[24][5]

Tres puntos para entender la propaganda

Si repasamos la descripción de las técnicas de poder blando y su aplicación en este punto, veremos que nos encontramos ante una caja de herramientas bastante amplia. Consta, por un lado, de los fundamentos del psicoanálisis, el conductismo y la psicología de masas y, por otro, de una multitud de técnicas y herramientas que a menudo se utilizan adicionalmente para que la manipulación tenga aún más éxito.

Por desgracia, se ha utilizado y se sigue utilizando con éxito, y la larga historia de manipulación y poder blando ha hecho posibles muchas guerras, sufrimiento y violencia en primer lugar. Sin embargo, las guerras nunca son un medio de resolución de conflictos y, por lo tanto, el uso de la propaganda bélica con la ayuda de herramientas de poder blando también debería rechazarse, ya que no conduce a la paz, sino sólo a más violencia.

Cada una de las herramientas que aquí se presentan está bien investigada, ha sido probada y sigue utilizándose hoy en día en la guerra cognitiva.

Al hablar de cómo se utilizaban cada una de las herramientas, hay tres cosas importantes: en primer lugar, es importante entender cómo funcionan. Como ya se ha explicado, la mayor parte de la psique humana es como un iceberg bajo la superficie del agua y nos resulta muy difícil ver debajo de la superficie. Las herramientas de manipulación trabajan sobre esta parte inconsciente y nos influyen de tal manera que ni siquiera nos damos cuenta. Esta influencia inconsciente es a menudo más fuerte que nuestra parte racional. Es como un iceberg que es impulsado en una dirección por la corriente del agua, pero en la otra dirección por el viento en la superficie: normalmente seguirá la corriente del agua. Del mismo modo, nuestro inconsciente nos mueve con más fuerza que la parte consciente y racional de

nuestra psique. El escritor británico Aldous Huxley lo resume así: "Una hábil apelación a la pasión suele ser demasiado fuerte para la mejor de las buenas intenciones. "[24 6]

En segundo lugar, no hay que sobrestimar ni subestimar el poder de las herramientas individuales. Cada persona es diferente y reacciona de forma distinta a la influencia, y no todas las herramientas funcionan igual para todas las personas, como también ha reconocido la OTAN.[247] "No siempre funcionará una única estrategia", afirman acertadamente los investigadores Reding y Wells .[248] Por tanto, la solución para los propagandistas consiste siempre en una combinación de varias herramientas. Por lo tanto, en la mayoría de los casos, una campaña de propaganda va precedida de un examen preciso de los pensamientos y sentimientos de la gente, de manera que las herramientas de la caja de herramientas puedan combinarse de la manera más adecuada para una tarea concreta. En la guerra contra Guatemala en 1954, se trataba del miedo al comunismo junto con información supuestamente "neutral" y una devaluación del Presidente Árbenz como comunista controlado por Moscú. En la guerra contra Irak en 2003, fue el miedo a las supuestas armas de destrucción masiva de fuentes de inteligencia supuestamente seguras y la devaluación de Saddam Hussein como "dictador terrorista".

Esto nos lleva al tercer punto que nos ayuda a comprender la propaganda. Una mirada retrospectiva también muestra lo poderosas que son las técnicas individuales de poder blando del fondo de la propaganda, que se han utilizado desde el comienzo de la propaganda moderna durante la Primera Guerra Mundial. Los instrumentos de manipulación no tienen por qué ser siempre nuevos y modernos, porque el ser humano tampoco lo es. De hecho, la psique humana apenas ha cambiado a lo largo de mucho tiempo y su estructura, que puede visualizarse fácilmente utilizando el modelo del iceberg, sigue siendo la misma hoy que hace 100 o 1000 años. Por tanto, sería ingenuo creer que la propaganda tiene que reinventarse constantemente. Por supuesto, Internet ha cambiado mucho, y hablaremos de ello en los próximos capítulos. Pero muchas cosas también han permanecido

igual, y eso es lo que hace que la mirada retrospectiva y el análisis realizado aquí en el libro sean tan útiles para comprender la manipulación y sus herramientas en la guerra cognitiva.

Resumen y mirada final a la guerra cognitiva como propaganda de guerra

Por lo tanto, merece la pena examinar la caja de herramientas en su conjunto para comprender mejor cómo la propaganda guía los pensamientos y sentimientos de las personas.

Para este control, la propaganda suele fijarse en la parte del iceberg que está bajo la superficie del agua: el inconsciente de las personas. Sigmund Freud, fundador del psicoanálisis, lo explicó detalladamente a principios del siglo XX y aún hoy desempeña un papel importante en la investigación de las relaciones públicas. La psicología de masas está estrechamente relacionada con esto, ya que parte de la base de que no sólo los individuos, sino también grandes grupos de personas tienen en común esa parte inconsciente de la psique y, por tanto, son especialmente fáciles de controlar a través de las emociones o de un líder fuerte.

Sabemos por el conductismo que existen otras técnicas de control, a saber, el aprendizaje mediante recompensa y castigo y la vinculación de diferentes estímulos. Si dos cosas se repiten juntas con frecuencia, se vinculan en el subconsciente de las personas. En los experimentos de Pavlov, bastaba con tocar la campana para estimular la salivación de sus perros. Del mismo modo, cuando las críticas a la guerra cognitiva se tachan repetidamente de "teoría de la conspiración", puede establecerse una conexión, lo que puede llevar a que la gente se abstenga de criticarla porque también quiere evitar ser tachada de "teórica de la conspiración".

La valorización y devaluación mediante el uso del lenguaje es, por tanto, otra herramienta que funciona bien. La palabra propaganda también entra en este ámbito: a quienes se dedican a la propaganda no les gusta que se les etiquete como tales y por eso prefieren utilizar palabras como "comunicación estratégica", "relaciones públicas" o "relaciones públicas".

Los experimentos de Milgram y Asch y la teoría de Maslow se basan en la idea de la psicología de masas. Las tres pueden describirse bien con la imagen de un rebaño de ovejas. Se puede controlar un rebaño de ovejas utilizando su disposición a seguir al pastor. En términos de la psique humana, esto significa que se puede utilizar el poder de atracción de autoridades o personas influyentes - hoy en día, por ejemplo, esto sucede a través de personas influyentes populares en las que mucha gente cree. Otra forma de dirigir el rebaño de ovejas es a través de las otras ovejas. A la gente le gusta seguir al grupo y este "instinto de rebaño", que también puede fingirse hábilmente alegando una opinión mayoritaria que no existe, es una buena forma de dirigir a la gente. También se puede utilizar la inercia del rebaño de ovejas, que prefiere quedarse donde está, lo que se conoce como tendencia al statu quo.

Otra opción para controlar a las ovejas es el perro pastor: ladra y corre alrededor de las ovejas, y su miedo hace que se muevan en la dirección deseada.

En el caso del perro que ladra, la atención de la oveja también se estrecha. Este control de la atención también es una técnica muy conocida. No sólo distrae a las personas, sino que en los casos más extremos puede incluso influir en toda su percepción. Esta técnica se denomina gestión de la percepción . La gestión de la percepción puede utilizar, por un lado, el control de la atención y, por otro, la inundación de información. Este exceso de estímulos o simplemente nuestro cansancio pueden desbordar nuestra atención, nos volvemos desatentos y, por lo tanto, aún más fáciles de controlar mediante técnicas inconscientes.

Esto funciona especialmente bien si se repite la información con la mayor frecuencia posible. Porque, aunque el psicoanálisis trata de abordar los sentimientos de la gente, también se puede ir por el camino opuesto e influir en la gente a través del lado racional y proporcionando información por la vía del pensamiento. Sin embargo, esto no siempre funciona, ya que el sesgo de confirmación establece que a la gente le gusta bloquear la información que contradice sus creencias previas. Además, los sentimientos tienen un efecto más fuerte que los pensamientos, y el ganador del concurso de

innovación de la OTAN sobre la guerra cognitiva, por ejemplo, parte de la base de que entre el 90% y el 95% de las decisiones que toma la gente se basan en las emociones (es decir, en los sentimientos).[24 9]

Si tomamos como referencia el periodo comprendido entre 1900 y 2000, la propaganda de guerra moderna en la forma presentada hasta ahora ha durado casi 100 años. Sus técnicas siguen siendo eficaces hoy en día, y la guerra cognitiva también se basa en la gama de productos probados y comprobados de este capítulo. Sin embargo, dado que el desarrollo técnico no se detiene, la propaganda también debe seguir desarrollándose hoy en día. Uno de los cambios más decisivos en la vida de las personas y también para la propaganda y la guerra cognitiva fue, por tanto, la introducción de Internet, que ha dado lugar a posibilidades completamente nuevas de influencia mediante la guerra cognitiva como manipulación digital.

III La guerra cognitiva como manipulación digital

"El uso de las nuevas tecnologías y los medios sociales ha hecho posibles campañas de información muy eficaces, cuyo impacto apenas estamos empezando a comprender y apreciar". 1

- Timur Chabuk y Adam Jonas

Internet lo está cambiando todo, incluida la propaganda

Para comprender mejor la interacción entre las "viejas" y las "nuevas" herramientas eléctricas blandas, puede imaginarse la reparación de un coche moderno a modo de comparación.

Cuando un coche llega al taller por un defecto, es probable que el mecánico conecte primero un ordenador al coche para encontrar la avería. El software y el ordenador del coche pueden ayudar en la reparación, y quizá baste con reiniciar el sistema o actualizar el software para que el coche vuelva a funcionar. En este caso, la digitalización del coche fue a la vez una desventaja, porque se rompió algo que antes no existía. Pero también fue una ayuda, porque el soporte informático permitió reparar el coche sin problemas. Otra posibilidad es que tengas que cambiar las bujías o reparar algo en el motor. En este caso, las herramientas clásicas como llaves inglesas o gatos suelen ser lo único que ayuda.

La propaganda actual es también una mezcla de herramientas tradicionales, a menudo probadas durante décadas, y nuevos métodos de manipulación que sólo han sido posibles gracias a la creciente digitalización e Internet.

Aunque las herramientas "anticuadas" de la época de la Comisión Creel o de la masacre de Ludlow siguen siendo eficaces, ya que la naturaleza del hombre no ha cambiado (igual que una llave inglesa sigue sirviendo para algo en un coche), al mismo tiempo han surgido nuevas oportunidades y riesgos como consecuencia de Internet y la digitalización.

Internet no sólo ha cambiado fundamentalmente la vida de los 6.920 millones de usuarios de teléfonos inteligentes de todo el mundo, el 86,29% de la población mundial2 .

También ha influido mucho en la batalla por la soberanía de la interpretación, así como en las posibilidades y límites de la propaganda moderna. Al igual que el ordenador desempeña ahora un papel como herramienta en la reparación de automóviles, las herramientas digitales de poder blando también están desempeñando un papel cada vez más importante en la guerra cognitiva, ya que Internet ha creado oportunidades nuevas y sin precedentes para controlar pensamientos y sentimientos. Al mismo tiempo, existen oportunidades nuevas y sin precedentes para salir del ciclo de manipulación, control y violencia.

La razón de este lado oscuro y luminoso es la llamada "revolución de la información" de , desencadenada por Internet.

La revolución de la información

"Nunca antes el conocimiento y la información habían sido tan fácilmente accesibles, disponibles en tal abundancia y tan fáciles de compartir". 3

- François du Cluzel en "Guerra cognitiva"

Una mirada retrospectiva a la introducción de la televisión en la actualidad nos muestra hasta qué punto Internet, los ordenadores, los portátiles y los teléfonos inteligentes han cambiado radicalmente nuestras vidas.

La radio y más tarde la televisión fueron también una pequeña revolución, y la posibilidad de llevar noticias e imágenes en movimiento a muchos hogares y llegar así a un gran número de personas fue un gran regalo para la industria publicitaria.

Ya en 1958, Vance Packard informó sobre las posibilidades de la televisión para la propaganda y la publicidad en su libro "Los seductores secretos" y habló de la "maravillosa ventaja de la televisión". Cita al político republicano Hugh Scott: "Muchos de nosotros aún recordamos al vendedor ambulante que iba de puerta en puerta anunciando cacerolas y sartenes. Hoy en día, un solo anuncio de televisión 'Los hervidores Kelley hierven más rápido' venderá más cacerolas que todos los vendedores ambulantes desde entonces hasta ahora juntos". 4

La televisión, como antes los periódicos y la radio, multiplicaba así las posibilidades de difusión de la propaganda. Sin embargo, no era posible que la gente se comunicara con la televisión o buscara activamente lo que le interesaba sin que la información estuviera controlada por los gobiernos o las redacciones. 5

Internet ha cambiado todo eso. Hoy podemos buscar una cantidad casi ilimitada de información sobre prácticamente todas las áreas del conocimiento a partir de una gran variedad de fuentes. Esta posibilidad de obtener información sin límites también se conoce como la "revolución de la información".6 La palabra revolución se ha elegido aquí deliberadamente, ya que los ejemplos históricos muestran de forma muy impresionante lo grande que puede ser el potencial de cambio de las revoluciones. Si pensamos, por ejemplo, en la Revolución Francesa de 1789 o en la Revolución Americana en el transcurso de la Guerra de Independencia de 1775-1783, queda claro lo importantes que pueden ser las revoluciones y lo fundamentalmente que cambian la vida de millones de personas.

Al mismo tiempo, los ejemplos de las revoluciones francesa y estadounidense demuestran que estas convulsiones fundamentales suelen desembocar en conflictos (violentos) y pueden desencadenar guerras.

La revolución de la información también tiene un gran potencial de cambio, ya que ha dado lugar a conocimientos completamente distintos, así como a pensamientos y sentimientos diferentes entre las personas. Al mismo tiempo, sin embargo, también ha desencadenado una guerra, la llamada "guerra de la información "[7] , que aún hoy se libra en cada vez más frentes como parte de la guerra cognitiva.

La guerra de la información

"Si quieres hacer la guerra, primero necesitas las armas para hacerla". [8]

- Christopher Wylie, ex empleado de Cambridge Analytica

Para entender la guerra de la información como parte de la guerra cognitiva y sus antecedentes, es necesario examinar más de cerca la revolución de la información y sus efectos.

Hasta la llegada de Internet, el Estado y sus instituciones tenían lo que se conoce como "soberanía informativa". Esto significa que era comparativamente fácil difundir un determinado mensaje a través de la radio, la prensa, la televisión y otros canales, mientras que era comparativamente difícil someter ese mensaje a un escrutinio crítico. Aunque siempre era posible sopesar distintos puntos de vista sobre un tema concreto, como la cuestión de si había que ir a la guerra contra un país determinado, era mucho más difícil acceder a información crítica con el gobierno o con la guerra.

Por supuesto, esto se aplicaba a muchos ámbitos de la vida, pero en tiempos de crisis y guerra, el flujo de información se controlaba a menudo de forma especialmente estricta . El politólogo Magnus-Sebastian Kutz señala que "especialmente en guerras y conflictos, los actores estatales hacen intensos intentos por lograr la construcción de la agenda pública mediante una

gestión dedicada de las noticias y retener después el poder de interpretación sobre el conflicto". 9

Esta capacidad de dirigir los pensamientos y sentimientos de la gente mediante el poder blando es el requisito previo para el uso del poder duro y las guerras.

El poder de las técnicas de manipulación también se basa en la soberanía de la información, que se ha visto reducida en cierta medida por Internet y la revolución de la información. Ya en 1990, Douglas Robertson, del Instituto Tecnológico de Massachusetts, observó un crecimiento cada vez más rápido de la cantidad de información y expresó su esperanza de que esto acabara con la propaganda bélica y, por tanto, con las guerras: "Una de las predicciones más esperanzadoras que podríamos hacer es que las guerras se vuelvan difíciles, quizá incluso imposibles [...]. Parece que cuanta más información tiene la gente sobre la terrible realidad de la guerra, menos dispuesta está a librarla. No es casualidad que muchas de las guerras que se han librado en este siglo hayan sido iniciadas por gobiernos que ejercían un férreo control sobre la distribución de la información, especialmente a través de la prensa", dice el sagaz análisis de Robertson.1 0

Por desgracia, su esperanza de que las guerras dejaran de producirse no se hizo realidad. Sin embargo, tenía razón al afirmar que una información cada vez más independiente provocaría una mayor oposición a las guerras.

El lado positivo de la revolución de la información

"Hace cuatro siglos, el estadista y filósofo inglés Francis Bacon escribió que el conocimiento es poder. A principios del siglo XXI, una parte mucho mayor de la población [...] tiene acceso a este poder. "1 1

- Joseph Nye

Sin embargo, dado que se emprendieron guerras incluso después de las declaraciones de Robertson en 1990 y los países de la OTAN atacaron Serbia en 1999, Irak en 2003, Libia en 2011 y Siria en 2014, por ejemplo, y estos ataques no siempre se ajustaron al derecho internacional, la revolución de la información provocó una creciente pérdida de confianza en la OTAN y también en los gobiernos que apoyaron las guerras.

Este es el lado bueno de la revolución de la información: aunque no se haya podido acabar con las guerras, sí se ha podido acabar con la soberanía de la información o de la interpretación.

Por eso, a día de hoy, en sus análisis sobre la guerra cognitiva, la alianza militar lamenta una "erosión constante de la moral pública "12 , como escriben August Cole y Hervé Le Guyader del Centro de Innovación de la OTAN.

El Barómetro de Confianza Edelman de la mayor agencia de publicidad del mundo también admitió en 2017 que existe una "profunda, duradera y amplia crisis de confianza "13 de la población en sus gobiernos y medios de comunicación.

Este hecho preocupa cada vez más a la OTAN, y su Secretario General, Jens Stoltenberg, declaró con preocupación en diciembre de 2021: "Hay menos confianza en nuestras instituciones".1 4

Sin embargo, Jens Stoltenberg no quiere admitir abiertamente que las guerras emprendidas y la posibilidad de obtener información independiente sobre ellas han provocado esta pérdida de confianza. Prefiere culpar a las "armas cibernéticas maliciosas" y a la "propaganda y desinformación" de los "regímenes autoritarios" que "promueven formas alternativas de gobierno" de la menguante confianza de la población.1 5

La gente no sólo tiene dudas sobre la OTAN, sino que también cuestiona el Artículo 5, tan importante para la OTAN, tal y como constató un estudio de 2020.16 El Artículo 5 se considera la "columna vertebral "17 de la Alianza y rige su defensa. Establece que un ataque a un Estado miembro de la OTAN se considera un ataque a la OTAN en su conjunto, que entonces asiste conjuntamente al país atacado en una "defensa colectiva".18 Este caso sólo se

ha dado una vez hasta ahora, concretamente un día después de los atentados terroristas del 11 de septiembre de 2001.

No hay que subestimar lo mucho que está afectando a la OTAN esta pérdida de confianza en el Artículo 5. Como alianza militar, depende especialmente de la opinión pública. Como alianza militar, depende especialmente de la opinión pública. Esta dependencia llega hasta el punto de que el think tank de la OTAN "StratCom" está convencido de que "la percepción" de la población "puede influir directamente en el éxito de las operaciones o la política de la OTAN".[19] El objetivo de la OTAN es, por tanto, recuperar esta confianza, lo que intenta hacer con "operaciones de información" u "operaciones psicológicas" (PsyOps) para "influir en la percepción, las actitudes y el comportamiento" de una población objetivo, lo que a su vez repercute en la "consecución de objetivos políticos y militares".[20]

La forma extrema y el término paraguas de estas operaciones psicológicas es la guerra cognitiva, en la que se discuten abiertamente los peligros de la revolución de la información a través de Internet. Du Cluzel utiliza la pandemia de coronavirus, que también es una preocupación recurrente para la OTAN, como ejemplo para explicar la amenaza que supone Internet para la OTAN: "Las características del ciberespacio (falta de regulación, dificultades y riesgos asociados a la atribución de los ataques) hacen que quepa esperar la aparición de nuevos actores estatales o no estatales. ... Como muestra el ejemplo de COVID-19, la enorme cantidad de textos sobre este tema, incluidos textos deliberadamente tendenciosos [...], ha provocado una avalancha de información y conocimientos, lo que a su vez [...] genera una pérdida de credibilidad [...]"[21]

Naturalmente, la OTAN no está dispuesta a aceptar sin objeciones esta pérdida de confianza, que la amenaza fundamentalmente. Por ello, lucha por la "seguridad cognitiva" de su población y por conservar la "superioridad cognitiva" (o soberanía informativa).[22]

La revolución de la información condujo así a la llamada guerra de la información, en la que se utilizan las armas del poder blando para luchar

intensamente por los pensamientos y sentimientos de la gente. El último desarrollo de esta guerra de la información es la guerra cognitiva, que utiliza inteligentemente la otra cara de la revolución de la información, que ha conducido al lado oscuro de la revolución de la información.

El lado oscuro de la revolución de la información

"A medida que se desarrolla la tecnología, también aumentan las vulnerabilidades."[2] [3]

- François du Cluzel en "Guerra cognitiva"

Este inconveniente tiene que ver con lo que en la guerra cognitiva se denomina "hiperconectividad "[24] . Esto se refiere al hecho de que la mayoría de la gente hoy en día utiliza internet, posee un ordenador o un smartphone y pasa una media de siete horas al día navegando por internet en todo el mundo.[2] [5]

La promesa de la revolución de la información es que ésta dará a las personas muchas ventajas y les permitirá obtener información de forma independiente.

El lado oscuro, sin embargo, es que las personas se vuelven mucho más transparentes y revelan mucha más información sobre sí mismas de la que desean y de la que creen.

La economista estadounidense Shoshana Zuboff, que lleva tiempo investigando el lado oscuro de la revolución de la información, explica que cada vez que cogemos un smartphone o miramos una página web en un ordenador, escribimos dos "textos". Uno de ellos nos es conocido, pero otro nos es completamente desconocido. El primer texto son nuestras actividades, es decir, qué página web miramos, qué compramos o buscamos, qué foto nos "gusta", qué película vemos y mucho más.

El segundo texto, sin embargo, es un "texto en la sombra" que resulta de la recopilación y el análisis de todas estas actividades y que ya no es visible

para nosotros. Zuboff deja claro que estamos añadiendo constantemente a nuestro texto en la sombra en todas nuestras actividades en línea - es prácticamente "imposible no contribuir a este texto "[26] . "El texto en la sombra es una [...] acumulación del exceso de comportamiento y su análisis, y dice más de nosotros de lo que podemos saber de nosotros mismos. [...] Se alimenta automáticamente de nuestra experiencia mientras llevamos a cabo nuestras rutinas habituales e inevitables de participación social", afirma Zuboff.[27]

Con las herramientas adecuadas, se puede leer este texto en la sombra. Sin embargo, esto sólo es posible para unos pocos especialistas que tienen acceso a la gran cantidad de datos, conocidos como big data, y que utilizan programas informáticos e inteligencia artificial (IA) para clasificar y leer la ensalada de datos. Zuboff describe a estos especialistas como un "sacerdocio de informáticos privados [y sus] máquinas privadas "[28] que, con la ayuda del texto en la sombra, saben más sobre nosotros que nosotros mismos.

Esta evaluación de enormes cantidades de datos también desempeña un papel importante en la guerra cognitiva: "El uso de big data está en el centro de todo esto: producimos datos en todas partes, cada minuto, cada segundo que pasamos en línea, y es extremadamente fácil utilizar estos datos para conocerte mejor y utilizar este conocimiento para cambiar tu forma de pensar", explica du Cluzel, del Innovation Hub.[29]

El siguiente paso es utilizar el texto sombra para crear el llamado "gemelo digital", es decir, un programa informático que refleje nuestra personalidad con la mayor exactitud posible. La parte de nuestra psique que se oculta bajo la superficie del agua es especialmente importante en este gemelo digital . En uno de sus primeros análisis de la guerra cognitiva, los autores comparan esta visión interior apoyada digitalmente con un "espejo para mirarse en la propia alma".[30]

No sólo aprendemos muchas cosas nuevas gracias a la revolución de la información, sino que también se nos vigila y analiza constantemente. Por ello, Zuboff también se refiere a este lado oscuro como capitalismo de

vigilancia y advierte de los peligros de las "asimetrías de conocimiento y poder sin precedentes creadas por el capitalismo de vigilancia "31 .

El peligro es tan grande porque el conocimiento sobre nosotros puede utilizarse para dos cosas. En primer lugar, puede utilizarse para predecir nuestro comportamiento.32 Por ejemplo, si todos los viernes por la noche pide una pizza y ve una comedia de acción, probablemente hará lo mismo el próximo viernes.

La información también puede utilizarse para aplicar el poder blando y así no sólo predecir el comportamiento, sino también orientarlo. Con la publicidad dirigida, por ejemplo, se podría enviar a la persona un anuncio de pizza con un sello de descuento un viernes a primera hora de la tarde y habría muchas posibilidades de que aceptara la oferta.

Lo que resulta especialmente práctico es que para ello no se necesitan necesariamente especialistas en relaciones públicas. Con ayuda de "procesos automáticos", programas informáticos muy potentes son capaces de "controlar y modificar el comportamiento de las personas "33 sin tener que pensar en una campaña de propaganda, técnica que a su vez se utilizará en la guerra cognitiva. "La intención ya no es facilitar la experiencia del usuario, sino inducir o incluso dictar su comportamiento", explican Claverie y du Cluzel.3 4

François du Cluzel, del Centro de Innovación de la OTAN, también conoce el libro de Shoshana Zuboff y sabe cómo Cambridge Analytica utilizó esos gemelos digitales y las opciones de control resultantes para influir en las elecciones presidenciales estadounidenses de 2016, entre otras cosas.35 En el capítulo siguiente se describe cómo lo hizo Cambridge Analytica.

Es importante comprender que la OTAN sabe exactamente cuáles son las ventajas de la hiperconectividad y cómo leer y utilizar el texto en la sombra. El general francés André Lanata lo explica muy claramente en el prólogo del Simposio sobre Guerra Cognitiva:

"Los avances tecnológicos en materia de información y la hiperconectividad en la que vivimos han hecho posible hoy la digitalización de la información. Como resultado, hay muchas más formas de manipular a un individuo o de

dirigirse a un grupo de personas. La reciente explosión de los procesos de manipulación psicológica con fines de engaño con ingeniería social demuestra claramente que el conocimiento del comportamiento humano y la capacidad de influir en él constituyen ahora el núcleo de una nueva estrategia. Esta batalla por las percepciones afecta a todos los ámbitos de la sociedad y, en particular, al sector de la seguridad y la defensa. "[36]

Dado que la propaganda ha prosperado hasta ahora gracias a que a los especialistas en relaciones públicas como Edward Bernays les gusta trabajar en la sombra y fuera de la mirada pública, esta apertura y el alcance de las declaraciones de Lanata son sorprendentes.

En consecuencia, la OTAN quiere seguir armándose en la guerra de la información y dirigirse específicamente a personas y grupos concretos en y dirigirlos utilizando técnicas de poder blando. Por ello, opina que esta guerra de la información debe librarse realmente en todos los ámbitos de la sociedad.

La razón de la escalada en la guerra de opinión también radica en la preocupación de la OTAN por el hecho de que cada vez más personas puedan participar en ella gracias a la digitalización.

Por ello, los participantes en el Simposio sobre Guerra Cognitiva se quejan de que los ciudadanos también expresan sus opiniones en línea, lo que hace que la guerra de la información sea cada vez más difícil para la OTAN: "Los adversarios de las democracias han comprendido que [...] en la guerra política, el asco es una herramienta más poderosa que la ira [...] [porque] el asco descompone a los países. Además, los ciudadanos de los países democráticos participan en esta descomposición, reforzando estas lógicas [...] al 'gustar' y/o compartir información falsa".[37]

Y dado que en las democracias no sólo existe la libertad de opinión, sino que los medios sociales como Twitter o Facebook también han permitido que las opiniones de los ciudadanos individuales puedan ser escuchadas y compartidas, du Cluzel habla de "propaganda participativa "[38] : "La diferencia entre la guerra cognitiva [CW] y la propaganda es que todo el mundo está participando -en su mayor parte inconscientemente- en el

procesamiento de la información y la creación de conocimiento de una forma que nunca se había visto antes. Se trata de un cambio sutil pero significativo. Mientras que los individuos estaban pasivamente a merced de la propaganda, ahora contribuyen activamente a ella", explica du Cluzel.[39]

Este punto también tiene un lado claro y otro oscuro. Aunque cada vez más personas difunden información importante y hacen oír su voz, también pueden utilizarse ejércitos de trolls o bots para inundar las redes sociales y manipular .[40]

Hasta aquí las consideraciones teóricas que hace la OTAN en el curso de su guerra cognitiva como manipulación digital.

Todas las posibilidades de utilizar el poder blando son bastante nuevas y sólo han surgido en los últimos 15 a 20 años, algunas incluso tienen menos de 5 años. Si se tiene en cuenta que algunas técnicas de propaganda bélica tienen cientos de años, queda claro lo actual que es este ámbito de la guerra cognitiva.

Además de la teoría, una mirada a la práctica ayuda a comprender mejor la guerra de la información digital.

Aunque actualmente hay pocas pruebas concretas procedentes del sector militar de cómo se utiliza la manipulación digital como parte de la guerra de la información, hay una serie de casos interesantes que muestran cómo se ha manipulado a las personas en el sector civil con la ayuda de los macrodatos y la inteligencia artificial (IA).

Los capítulos siguientes presentan casos y escándalos que salieron a la luz cuando manipulaciones civiles y militares que debían permanecer en secreto fueron descubiertas por denunciantes, buenos periodistas o las propias empresas descuidadas.

El microtargeting y el escándalo de Cambridge Analytica

"Internet es hoy una máquina de vigilancia global alimentada por el uso indebido de datos personales a muy gran escala "[41]

- Jennifer Cobbe, *The Guardian*

Muchos de los 2.850 millones de usuarios de Facebook y 1.210 millones de usuarios de Instagram entenderán de lo que habla el psicólogo social Erving Goffman en su clásico libro "Todos hacemos teatro".[42] Describe un fenómeno en nuestras vidas que se ha dado en llamar el escenario delantero y trasero. Por un lado, está la "fachada personal "[43] , el papel en escena, que se caracteriza por la autopresentación y una cierta idealización. Por otro lado, está el backstage, donde podemos ser completamente nosotros mismos, donde podemos "dejar caer la máscara, desviarnos del libro de texto y salirnos del personaje "[44] .

Aplicado al mundo actual, podría decirse que el uso constante de las redes sociales y subir las fotos más perfectas y bonitas posibles -para las que se quieren conseguir muchos likes- ha creado una presión que mantiene a las personas atrapadas en el escenario delantero como actores de teatro. En este lugar, la autopromoción y la atención del público ocupan un lugar central.

Sin embargo, el segundo lugar, las bambalinas, donde no se nos puede ver, fotografiar ni comentar, que es un "refugio donde se puede incubar y alimentar un yo 'real'"[45] , es cada vez más pequeño.

Ambos lugares serían importantes, y tanto la vida en el escenario como entre bastidores son un reflejo de la realidad humana. Sin embargo, a muchos usuarios de las redes sociales les queda muy poco tiempo relajado entre bastidores, dice Zuboff. "Para nosotros, ese backstage se está reduciendo. Casi no queda ningún sitio, donde pueda ser yo mismo de verdad", es la observación de un estudiante.[46]

Si ya no existe un refugio seguro, no sólo acabamos en la idea sartreana del infierno, sino que también es posible deducir cómo somos realmente entre bastidores a partir de nuestro comportamiento en el escenario.

También podría decirse que el comportamiento que mostramos en la superficie del agua nos permite observar la parte inferior del iceberg y

utilizar este conocimiento para desarrollar técnicas de poder blando completamente nuevas y adaptadas a cada persona.

No tiene que enviar un largo cuestionario para que la gente lo rellene, ni dedicarse al espionaje. Basta con recopilar la información que la gente revela voluntariamente sobre sí misma en el escenario principal. "La revolución de la tecnología de la información ha hecho posible la manipulación cognitiva de un nuevo tipo de forma sin precedentes y altamente sofisticada. [...] Las personas son un blanco fácil porque todas contribuyen revelando información sobre sí mismas", es la observación de du Cluzel en su dossier sobre la guerra cognitiva.[47]

Esta fue precisamente la estrategia elegida por la empresa británica Cambridge Analytica. Basó su táctica en estudios realizados por los investigadores Michael Kosinski y David Stillwell, entre otros.

Desarrollaron un algoritmo capaz de identificar la personalidad de las personas a partir de sus gustos en Facebook utilizando el modelo de los 5 Grandes de la personalidad.[48] Los 5 Grandes clasifican la personalidad en cinco categorías, a saber, apertura, conciencia, extraversión, simpatía y neuroticismo o vulnerabilidad. Estas cinco categorías permiten evaluar a grandes rasgos la personalidad de una persona .

Kosinski y su equipo perfeccionaron el algoritmo hasta tal punto que, según él, puede evaluar a una persona mejor que a un compañero de trabajo medio con sólo 10 "me gusta" en Facebook. Con 70 me gusta, el modelo conoce a la persona mejor que sus amigos, con 150 me gusta mejor que sus padres y con 300 me gusta, la máquina puede predecir el comportamiento mejor que su propia pareja, afirman.[49]

El científico de datos Alexander Kogan retomó esta investigación y reconstruyó el algoritmo. Para ello, pagó a 320.000 personas para que participaran en un test de personalidad. Sin embargo, los participantes no se dieron cuenta de que Kogan también estaba accediendo ilegalmente a los perfiles de una media de 160 de sus amigos de Facebook, que no tenían ni idea de que se estaba violando su privacidad.[50]

Kogan recopiló datos de 87 millones de usuarios de Facebook y los vendió a Cambridge Analytica.[51] La empresa utilizó este tesoro de datos para desarrollar una técnica de poder blando completamente nueva conocida como microtargeting, que también llamó la atención de la OTAN. Sin embargo, Cambridge Analytica no era completamente desconocida en los círculos militares incluso antes del escándalo: la empresa formaba parte del Grupo SCL, que había trabajado con los Ministerios de Defensa británico y estadounidense para organizar operaciones psicológicas y manipulaciones electorales en cientos de países de todo el mundo.[52] SCL también había trabajado con la OTAN y la CIA, como reveló la película "El gran hackeo".[53]

Cambridge Analytica utilizó su microtargeting durante la campaña de las elecciones presidenciales de 2016 para apoyar a Donald Trump y al grupo Leave.EU en el referéndum del Brexit de 2016. Alexander Nix, el consejero delegado de Cambridge Analytica, , explicó en 2016 con orgullo y sorprendentemente abiertamente cómo funciona su empresa y cómo funciona el microtargeting:

"Es para mí un honor hablarles hoy sobre el poder de los big data y los datos psicográficos en el proceso electoral. [...] Por supuesto, los datos demográficos, geográficos y ecográficos influyen en su visión del mundo. Pero igual de importantes, si no más, son los datos psicográficos, es decir, la comprensión de su personalidad, porque la personalidad determina su comportamiento, y ese comportamiento, por supuesto, influye en su comportamiento de voto. "[54]

Para Alexander Nix, la idea de dividir a la población en mujeres y hombres para la publicidad electoral, por ejemplo, o de dirigirse a todos los habitantes de un barrio concreto con el mismo mensaje es ridícula. En su lugar, Cambridge Analytica utilizó los datos de 87 millones de usuarios de Facebook y creó un perfil de personalidad individual para cada persona basado en los rasgos de personalidad de los 5 Grandes. Esto permitió crear publicidad electoral completamente personalizada para cada persona.

"Tenemos entre 4.000 y 5.000 puntos de datos sobre cada adulto de EE.UU.", afirma entusiasmado Nix55 , razón por la cual las herramientas de soft power se seleccionaron a la medida de cada persona. Esta influencia altamente individualizada se denomina microtargeting.

"Puedo decirles que de los dos candidatos que siguen en la papeleta, uno está utilizando estas tecnologías. Y será muy interesante ver cómo influyen en las próximas siete semanas", dijo Nix durante su presentación, que hizo antes de que terminaran las elecciones en noviembre.56 El candidato era Donald Trump y ganó las elecciones a la Presidencia de Estados Unidos.

La estrategia de microtargeting de Cambridge Analytica y puede compararse con un debate en un mercado público. Mientras que un orador solía hablar en el escenario para que todos lo oyeran y todos pudieran entender sus argumentos, el microtargeting adopta un enfoque diferente. Se conoce personalmente a los oyentes y se les susurra al oído un mensaje que solo ellos pueden escuchar.

Cambridge Analytica tenía su propio equipo de creadores de contenidos que crearon sus propios sitios web, blogs, revistas de noticias, etc. con el único propósito de dirigirse a las personas con la información adecuada.57 El equipo también envió grandes volúmenes de publicidad electoral personalizada en Facebook.

Hoy sabemos que la empresa tuvo éxito y que estas herramientas de manipulación individualizadas y adaptadas a cada persona pueden ser muy poderosas.

Un taller de la OTAN sobre la guerra cognitiva es consciente del poder de este nuevo tipo de arma de manipulación: "Manipular a un individuo resulta más fácil si se analizan correctamente sus mecanismos cognitivos y si la información transmitida para influir en él permite activar estos mecanismos en la dirección deseada".5 8

Sin embargo, el escándalo no estalló tras la presentación de Nix, algo que también señaló el *New York Times*.59 En cambio, el equipo de Nix se vio presionado por un equipo de Channel 4 News, que se hizo pasar por una delegación de Sri Lanka que quería ganar unas elecciones con la ayuda de

Cambridge Analytica y filmó las reuniones con el equipo de campaña de Nix con una cámara oculta. Durante las reuniones, Nix cayó en la tentación de sugerir todo tipo de trucos sucios: por ejemplo, se podría enviar a mujeres jóvenes y guapas de Ucrania a casa del candidato contrario para desacreditarlo. También se podría filmar en secreto un vídeo en el que se le ofreciera mucho dinero a cambio de un terreno y luego colgarlo en Internet. Los vídeos filmados en secreto serían muy adecuados, según Nix, que fue él mismo víctima de un vídeo de este tipo.[60]

Se revelaron detalles aún más corruptos cuando el especialista en datos Chris Wylie -que ya había trabajado para el presidente Obama como director de Targeting[61] - se enfadó tanto porque su empresa había ayudado a Donald Trump a salir elegido que se convirtió en denunciante.

En retrospectiva, se arrepintió de lo que había hecho y admitió: "Sí, fue un experimento terriblemente poco ético, jugar con la psicología de todo un país".[62]

Wylie reconoció muy claramente que el microtargeting es una técnica de poder blando a la que la gente encuentra difícil resistirse porque a menudo no se dan cuenta de su influencia, algo característico del poder blando: "Creo que es peor que el bullying [refiriéndose al acoso selectivo de personas, también conocido como mobbing]. Porque la gente no sabe necesariamente que se lo están haciendo. El acoso al menos respeta la capacidad de decisión de las personas porque lo saben. Por eso es peor, porque si no se respeta la capacidad de decisión de la gente, todo lo que se haga después no favorece la democracia. Y la guerra de la información es intrínsecamente contraria a la democracia", advierte Chris Wylie.[63]

La periodista Jennifer Cobbe, de *The Guardian,* coincide con Wylie y también se queja de que Internet es ahora una "máquina de vigilancia global".[64]

A medida que el escándalo se hacía más público, surgió una amarga disputa entre Facebook y Cambridge Analytica. A día de hoy, ambas partes insisten en que no han actuado de forma ilegal. Cuando Kogan discutió con el

fundador de Facebook, Mark Zuckerberg, sobre quién era el responsable de este robo de datos, hizo hincapié en lo poco que le interesaba a la propia Facebook mantener en secreto los datos sobre las personas del "escenario principal".

"Eso es lo frustrante del asunto, porque a Facebook siempre le dio igual", dijo en una entrevista en 2018. "Durante un año y medio, tuve unas condiciones de uso que decían que podía transferir y vender los datos. "6 5

El trabajo de la empresa británica despertó gran interés no solo en la prensa, sino también entre gobiernos y militares. Al parecer, el microtargeting es un arma de manipulación tan poderosa que Matt Chessen, entonces empleado del Departamento de Estado estadounidense, advirtió al Atlantic Council en 2017 que la inteligencia artificial "pronto proporcionará a los propagandistas formas radicalmente avanzadas de manipular la mente humana y cambiar el comportamiento humano".6 6

Sin embargo, mientras Wylie critica la "máquina de propaganda integral" que es Cambridge Analytica en la actualidad, algunos militares se muestran mucho menos desdeñosos con estos métodos de manipulación. Esto también se aplica a la OTAN y a su programa de guerra cognitiva.

En 2020, du Cluzel, del Centro de Innovación de la OTAN, se hace eco de las declaraciones de Matt Chessen y considera que las "máquinas de vigilancia y manipulación masiva "67 de Cambridge Analytica son un ejemplo pionero de cómo la alianza militar también puede utilizar este tipo de tecnologías en el futuro y llevar a cabo una guerra cognitiva como manipulación digital.

La gran cantidad de datos es como una puerta de entrada a nuestro inconsciente : la tecnología de Cambridge Analytica "abrió literalmente una ventana al cerebro de las personas "68 , du Cluzel está impresionado. Orinx y Struye de Swielande también están convencidos de que el microtargeting desempeñará un papel fundamental en la guerra cognitiva.6 9

Y aunque se ha destapado el escándalo de Cambridge Analytica y todos los implicados aseguran que han puesto fin al programa y borrado los datos que

obtuvieron sin permiso, la OTAN solo está al principio de desarrollar su propio programa de manipulación digital.

La profesora de Filosofía Tamsin Shaw llega incluso a conjeturar que a Cambridge Analytica "solo se le permitió hacerse tan grande y poderosa gracias al aparato de seguridad nacional estadounidense. [...] Es una forma de poder blando muy profundo que se considera una ventaja para Estados Unidos", observa la profesora.[70]

Estas nuevas técnicas de poder blando y los gemelos digitales que pueden crearse sobre nosotros con la ayuda de grandes cantidades de datos tienen algunas ventajas inestimables en la guerra de la información desde la perspectiva de una alianza militar.

Por un lado, hacen a las personas transparentes y transparentes y los programas informáticos ofrecen una visión de las profundidades del alma, o al menos eso es lo que quieren los manipuladores. Por otra parte, el conocimiento de esta parte oculta de la personalidad no sólo permite predecir el comportamiento futuro, sino también dirigirlo con gran eficacia mediante la microdirección.

Bernard Claverie y François du Cluzel destacaron las ventajas que la OTAN ve en la manipulación digital y lo importante que es para ella profundizar sus conocimientos en este campo:

"Aunque esta amplia tarea [manipular los mecanismos cognitivos de un enemigo o de sus ciudadanos para debilitarlos, penetrar en ellos, influir en ellos o incluso subyugarlos o destruirlos] siempre ha formado parte del arte de la guerra, nos encontramos aquí ante una nueva disciplina que requiere una explicación más detallada. Se trata de una combinación de las técnicas cibernéticas más recientes de la guerra de la información y los componentes humanos del poder blando y los aspectos de manipulación de las PSYOPS. "[71]

Lo sorprendente de esta afirmación es lo lejos que quieren llegar los autores en la guerra cognitiva y lo poderosas que consideran las nuevas técnicas de poder blando, que aparentemente pretenden "destruir" objetivos humanos.

Todas las posibilidades de manipulación digital ayudan a que la gente pase cada vez más tiempo en el "escenario delantero" y cada vez menos en el "escenario trasero". El número de personas que revelan voluntariamente muchas cosas sobre sí mismas en las redes sociales no deja de aumentar.[7 2]

Así lo demuestra el creciente número de usuarios de redes como Facebook, Twitter e Instagram. Esta creciente presencia en escena no solo provoca estrés, sino que también da lugar a una forma de influencia completamente nueva, cuyo significado apenas estamos empezando a comprender.

Las palabras de Matt Chessen en el Atlantic Council en 2017 pueden entenderse, por tanto, tanto como una predicción como una advertencia sobre las posibilidades que la OTAN podría tener también en el futuro como resultado de la manipulación digital:

"Al disponer de amplias bases de datos con información sobre nosotros, las máquinas conocerán nuestras personalidades, deseos, necesidades, molestias y temores mejor que nosotros mismos. En los próximos años, [...] la integración de sistemas de IA [...] para su uso en propaganda informática [...] aumentará la capacidad de influir en la gente adaptando mensajes persuasivos, de distracción o intimidatorios a los individuos basándose en sus personalidades y antecedentes únicos, una forma de propaganda altamente personalizada "[7 3]

El escándalo Uber

A lo largo de la historia de internet, siempre ha habido escándalos que han revelado diversas formas de sacar conclusiones sobre la vida personal y privada en el "backstage" observando a la gente en el "front stage". Y aunque internet se desarrolla rápidamente y los mecanismos de vigilancia y control de la manipulación digital no dejan de aumentar, a menudo se tarda mucho en aclarar la situación.

Este fue también el caso del escándalo en torno a la empresa estadounidense Uber. Uber es una empresa de taxis que sirve de plataforma en la que los pasajeros registrados pueden llamar a taxis que también están

registrados en Uber. La empresa recopila todos los datos de sus pasajeros y conductores y los almacena de forma centralizada.[74] En 2012, el análisis de los datos por parte de Uber reveló un gran escándalo que puso de manifiesto cuánta información revelaban los pasajeros sobre sí mismos sin darse cuenta.

Al igual que el robo de datos por parte de Cambridge Analytica no se conoció hasta años después de la manipulación de las elecciones presidenciales y el Brexit en 2016, la empresa de taxis y coches de alquiler Uber también tardó varios años en saltar a los titulares por vigilar a sus clientes.

En el caso de Uber, no hubo necesidad de un denunciante, pero el propio informe de la empresa titulado "Rides of Glory" en el blog de la propia empresa contenía una descripción detallada de cómo Uber había recopilado y analizado los datos de sus pasajeros. En 2012, la empresa había sido tan abierta como Alexander Nix en su presentación. Cuando surgieron las críticas, Uber borró la entrada de su blog y hoy en día hay que recurrir a una función de archivo en internet si se quiere leer.

En él, la empresa explica que analizó los datos de sus pasajeros y utilizó ciertos patrones de movimiento para determinar cuáles de sus usuarios tenían una aventura y engañaban a su pareja. Uber analizó quién conducía de un bar a casa de un desconocido a altas horas de la noche y se quedaba allí a pasar la noche antes de volver a coger un taxi a la mañana siguiente para ir a trabajar o volver a su casa. Estos patrones de movimiento se clasificaron como infidelidad.

Analizando estos datos, la empresa descubrió un montón de detalles jugosos, que reveló en su blog:

La infidelidad fue particularmente baja el día de San Valentín, y particularmente alta los fines de semana y el día de la devolución de impuestos. Mucha gente recibe dinero en efectivo [ese día] por la devolución de impuestos y, como ya hemos demostrado antes, un poco de dinero en efectivo puede hacer que la gente sea más "juguetona"", analiza Uber los resultados.[75] "Recientemente, me he dado cuenta de que algunos de vosotros -y no estoy señalando a nadie ni nada por el estilo- habéis encontrado el amor de vez en cuando, de lo que os podéis arrepentir inmediatamente

cuando os despertéis a la mañana siguiente ", se regodeaba la empresa en su blog.[76]

Aunque tales declaraciones indignaron a muchas personas, hubo que esperar hasta 2014 para que la cadena local estadounidense CBS Local se enfrentara a la empresa por las críticas.[77] La revista de noticias *Der Spiegel* no publicó un reportaje hasta 2015.[78]

Este escándalo también es reciente y muestra lo nuevas que son las posibilidades de la vigilancia digital.

La empresa también publicó varios mapas que mostraban exactamente qué barrios de Nueva York o San Francisco eran especialmente fieles o infieles.

"Sí, Uber puede rastrear aventuras de una noche", comentó el periodista Kai Ryssdal.[79] Se mostró indignado por la "inapropiada" y "espeluznante" publicación de la compañía de taxis en su blog.

La propia Uber defendió la evaluación y recopilación de datos de sus pasajeros: "Esto forma parte de la actividad que Uber debe hacer y hará", comentó el responsable de Uber en Alemania, Fabian Nestmann.[80]

La velocidad a la que se desarrolla la tecnología queda ilustrada por el ejemplo de Google Maps, que ahora puede copiar fácilmente los análisis de datos de la empresa de taxis.

Esto se debe a que para que la vigilancia de Uber sea posible, primero hay que estar registrado en la plataforma y reservar un taxi a través de ella. Sin embargo, todo el mundo tiene un smartphone, y para rastrear una aventura, por ejemplo, Google solo necesita leer los datos del smartphone.

"Los rollos de una noche y las relaciones extramatrimoniales son pan comido: dos smartphones que nunca se han visto antes se cruzan de repente en un bar y luego se dirigen a un piso al otro lado de la ciudad, pasan la noche juntos y rompen a la mañana siguiente", informó Yasha Levine en 2018 sobre las capacidades de vigilancia digital de Google[81]. "Adónde vamos, qué hacemos, de qué hablamos, con quién hablamos y a quién vemos: todo se graba y se utiliza con fines lucrativos en algún momento", afirma Levine.[82]

A diferencia de Uber, esta revelación no desencadenó un amplio debate público. Parece que mucha gente se ha acostumbrado tanto al teléfono inteligente y a Internet que sabe muy poco al respecto y no piensa en el hecho de que siempre escribimos dos textos cuando estamos en Internet: Un texto visible y un texto en la sombra, y es el texto en la sombra el que revela más de nosotros de lo que pensamos, como demuestra el ejemplo de Uber.

Las posibilidades de manipulación del motor de búsqueda de Google

Las posibilidades que ofrece Google hoy en día permiten ver que no hace falta recurrir a los datos de los perfiles de Facebook para averiguar algo sobre las personas. También revelamos mucho sobre nosotros mismos a través de Google Maps o el motor de búsqueda de Google.

Esto pone a la empresa en posesión de la materia prima más importante de nuestro tiempo: los datos. Casi ninguna otra empresa posee un "texto en la sombra" tan detallado sobre las personas como el motor de búsqueda, y el texto en la sombra es (oficialmente desde 2017) la materia prima más valiosa que existe, incluso más valiosa que el petróleo, como informó *The Economist*.[8 3]

Por eso no es de extrañar que la empresa matriz de Google, Alphabet, sea la tercera más valiosa del mundo , con un valor de marca de 1,96 billones de dólares para 2021.[8 4]

Otro aspecto de la supremacía de Google es su asociación con las agencias de inteligencia y el ejército: Google se asoció con la CIA en 2010 y los servidores de Google prestan importantes servicios al Pentágono, la CIA y el Departamento de Estado estadounidense. Por tanto, Google "forma parte de la familia militar estadounidense", escribe Yasha Levine.[8 5]

La enorme cantidad de datos que posee la empresa le abre multitud de oportunidades para utilizar técnicas digitales de poder blando.

Una de las herramientas más sencillas y eficaces es el conocido buscador Google. En 2015, un estudio de los investigadores Robert Epstein y Ronald E. Robertson fue capaz de demostrar hasta qué punto se puede influir en los pensamientos y sentimientos de las personas simplemente mostrando un resultado de búsqueda más arriba o más abajo en la lista de resultados de búsqueda.[86] Descubrieron que la clasificación y disposición de los resultados de búsqueda positivos y negativos en relación con las personas puede influir en unas elecciones con la misma eficacia que lo hizo Cambridge Analytica con su microtargeting.

Así, Google puede promover los contenidos deseables y desterrar los indeseables al final de su lista o eliminarlos por completo. ¿Se parece esto a lo que se hacía antes con la quema de libros?

Melissa Fleming, Secretaria General Adjunta de Comunicación Global de la ONU, explicó un ejemplo concreto de manipulación selectiva de los resultados de búsqueda en una entrevista sobre el tema de la desinformación. Explicó que, cuando se trataba del cambio climático, la ONU hizo que Google manipulara los resultados de búsqueda: "Tenemos una asociación con Google. Por ejemplo, si buscas en Google cambio climático, , encontrarás todo tipo de recursos de la ONU en la parte superior de la búsqueda. Iniciamos esta colaboración al darnos cuenta de que cuando buscábamos "cambio climático" nos aparecía información increíblemente distorsionada. Ahora somos mucho más proactivos. [...] Se trata de un gran reto y creo que todos los sectores de la sociedad deben ser muy activos en este sentido", afirma Fleming sobre la utilización de los resultados de la eficacia de la manipulación digital a través de Google.[8 7]

La reputación también influye: "Cuida tu reputación "[88] si quieres aparecer en los primeros puestos de Google, es el consejo de la especialista en marketing Karishma Kumar.

Resulta especialmente difícil para quienes no aparecen entre los diez primeros resultados de la página uno de una búsqueda en Google, ya que el 90% de los usuarios nunca pasan a la segunda página de la lista de

resultados. Esto convierte a Google en una especie de "guardián" que promociona sitios web y periódicos grandes y conocidos y tiende a suprimir opiniones más pequeñas y menos conocidas o lo que describe como "sitios web conspirativos".[8] [9]

Un ejemplo de cómo Google puede hacer desaparecer contenidos por completo haciendo referencia al "derecho al olvido", que tiene toda persona, es el del periodista británico Robert Peston, que criticó en su blog al banquero de inversiones Stanley O'Neil, de Merrill Lynch.[90] Le molestó mucho que Google le hubiera expulsado de la lista de resultados: "¿Por qué Google ha matado este ejemplo de mi periodismo?", se preguntó Peston más tarde.[9] [1]

YouTube, la filial de Google, también borra repetidamente contenidos, por ejemplo de Rusia o cuando alguien critica las vacunas contra el coronavirus. En septiembre de 2021, *Die Welt* informó de un número especialmente elevado de eliminaciones de este tipo: "YouTube ha eliminado hasta ahora más de 130.000 vídeos sobre las vacunas contra el coronavirus . Ahora, la plataforma de vídeos también está tomando medidas rigurosas contra las afirmaciones falsas sobre otras vacunas. Conocidos activistas antivacunación han sido bloqueados "[92]. Las supresiones también afectaron a personas conocidas como el "destacado activista antivacunación Robert F. Kennedy, Jr.", sobrino del presidente estadounidense John F. Kennedy, asesinado en 1963 y descrito como uno de los "más influyentes difusores de desinformación sobre el coronavirus en Internet "[9. 3]

Borrar o suprimir contenidos es una técnica de poder blando muy eficaz. Tiene defensores como Tania Röttger, de la plataforma *Correctiv.org*. Röttger se queja de que la eliminación de RT-Deutsch fue inadecuada y se pregunta indignada por qué los vídeos críticos "permanecieron en línea en YouTube durante varios meses y consiguieron cientos de miles de clics...".[9 4]

Al mismo tiempo, esta censura también provoca críticas. En abril de 2020, el periodista y especialista en relaciones públicas Michael Erle advirtió de la

"falta de transparencia de la censura algorítmica" y criticó los "resultados absurdos" a los que a veces conduce la censura automatizada.[9 5]

La recogida de datos del Proyecto Nightingale de Google

Empresas tecnológicas como Google y Facebook ya tienen un gran poder en este ámbito y pueden influir en muchas personas de forma muy eficaz con sólo pequeños cambios en sus algoritmos.

El entonces consejero delegado de Google, Eric Schmidt, dijo con confianza en 2010 que un día los usuarios ya no tendrían que escribir nada porque Google "puede saber más o menos lo que estás pensando "[96 .]

Para seguir ampliando su posición de liderazgo, Google se esfuerza por recopilar cada vez más datos valiosos.

Un ejemplo de ello es el "Proyecto Nightingale", en el que Google llegó a un acuerdo con el sistema sanitario Ascencion para recopilar datos sanitarios de millones de ciudadanos estadounidenses. "Los [...] datos incluían resultados de laboratorio, diagnósticos médicos y hospitalizaciones, entre otras cosas, y representan un historial de salud completo, incluidos los nombres y las fechas de nacimiento de los pacientes", informó el *Wall Street Journal* en noviembre de 2019, revelando el acuerdo hasta entonces secreto.[97] Esto pone a Google en posesión de mucha información médica muy personal de millones de personas que no son conscientes de ello ni han dado su consentimiento.

Poco después del informe del *Wall Street Journal*, el periódico británico *The Guardian* citó a un denunciante que reveló en 2019 que los empleados de Google tenían un acceso amplio y no anónimo a estos datos y que en marzo de 2020 Google "poseía datos personales de 50 millones o más de pacientes en 21 estados [...] con unos 10 millones de registros ya compartidos, y a pesar de que los pacientes o los médicos no habían sido advertidos".[98] Estaba tan conmocionado por esta enorme cantidad de información sensible

en manos de Google que decidió hacer pública la recopilación de datos y para ello recurrió a un periódico.

"Cuando me enteré de que Google había obtenido los historiales médicos íntimos de 50 millones de pacientes, no pude permanecer en silencio", escribe el denunciante, que desea permanecer en el anonimato, en *The Guardian*.[9] [9]

Apple, Amazon y Microsoft también se esfuerzan por obtener esos valiosos datos sanitarios, según el *Wall Street Journal*, pero Google iba en cabeza con el Proyecto Nightingale.[10] [0]

El conocido denunciante Edward Snowden dejó claro lo peligroso que puede ser que datos personales sensibles caigan en las manos equivocadas. En 2013, destapó el amplio espionaje de la Agencia de Seguridad Nacional de Estados Unidos (NSA) y, desde entonces, no ha dejado de advertir sobre los peligros de la vigilancia digital. Cuando fue entrevistado por *Vice News* en abril de 2020, señaló el alcance de las posibilidades técnicas: "Lo que se está construyendo ahora mismo es la arquitectura de la opresión. [...] Ahora saben cuál es tu ritmo cardíaco, cuál es tu pulso. ¿Qué pasará cuando empiecen a mezclarlos y a aplicarles inteligencia artificial?", fue la sabia y clarividente advertencia del estadounidense.[10] [1]

Actualmente hay muchos indicios de que sus advertencias no están siendo escuchadas. En julio de 2022, el sitio web *Statewatch* informó de los esfuerzos del Departamento de Seguridad Nacional de Estados Unidos (DHS) por crear una gigantesca base de datos biométricos junto con la UE.[102] El sitio web hace referencia a un documento titulado "DHS International Biometric Information Sharing (IBIS) Program "[103] , que en última instancia trata de cientos de millones de personas que han sido o van a ser registradas biométricamente.

Netflix y el descendiente de Edward Bernays

Hoy en día hay tantos ámbitos de nuestra vida en los que contribuimos al texto en la sombra sin darnos cuenta que es difícil llevar la cuenta. Además de Facebook, Google, Twitter y las visitas al médico, nuestros hábitos televisivos también revelan mucho sobre nosotros.

Esto ya lo reconoció Alexander Nix, de Cambridge Analytica, quien también señaló en su presentación de la estrategia de la empresa citada anteriormente que cada vez que encendemos la televisión, se graba exactamente lo que vemos y durante cuánto tiempo, y estos datos se envían después a nuestro proveedor de cable.10 4

Un profesional de la propaganda como Edward Bernays sólo podía soñar con estas amplias posibilidades de vigilancia. Antes de lanzar sus campañas, que se adaptaban a los motivos subconscientes de la gente, todavía tenía que someterse a elaboradas pruebas psicológicas.

Hoy en día, Netflix está al menos bien informado sobre los hábitos televisivos de unos 220 millones de personas.105 Es interesante señalar que el sobrino nieto de Edward Bernays, Marc Randolph, es el cofundador y antiguo consejero delegado de Netflix, aunque abandonó la empresa en 2003.106 Randolph trabajó posteriormente en Looker Data Sciences, una empresa especializada en el análisis de big data y, por tanto, en la lectura del "texto en la sombra".10 7

Netflix, cofundada por Randolph, se hizo cada vez más popular tras su lanzamiento en 2002 y actualmente la utilizan unos 10 millones de personas en Alemania, aunque la empresa no publica cifras exactas .10 8

Al igual que Uber, Facebook o Google, Netflix también recopila los datos de sus clientes y registra meticulosamente el valioso texto en la sombra. Esto proporciona a la empresa una gran cantidad de información que no solo almacena, sino que también analiza para sacar conclusiones sobre sus usuarios sin que estos se den cuenta.

La estrecha vigilancia que Netflix ejerce sobre sus usuarios quedó patente en una declaración de la propia empresa en Twitter. La propia Netflix saltó a los titulares en 2017 con la siguiente publicación en Twitter: "A las 53

personas que han visto 'El príncipe de Navidad' todos los días durante los últimos 18 días: ¿Quién te ha hecho daño? "[10] [9]

Así pues, Netflix había vigilado a sus usuarios y se burlaba de aquellos que habían visto una determinada película con especial frecuencia. Por supuesto, los usuarios no sabían que Netflix les vigilaba tan de cerca, y aunque la empresa seguía burlándose de ellos, muchos se sintieron heridos y se indignaron con razón por los indiscretos comentarios de Netflix. *El Washington Post* criticó el "espeluznante tuit" de Netflix, que demostraba lo cerca que la empresa nos vigilaba a todos.[110] El defensor de la privacidad Jeffrey Chester declaró al *New York* Times: "Detrás de la comodidad de poder acceder a vídeo y audio se esconden programas de vigilancia y análisis muy sofisticados, y eso no tiene nada de divertido".[11] [1]

Resulta sorprendente que Netflix no sea el único en esta burla a sus clientes. El proveedor de música en streaming Spotify ya había enviado mensajes similares el año anterior, en los que se revelaban curiosos nombres de listas de reproducción de usuarios individuales.[11] [2]

Al igual que Uber, Netflix defendió esta recogida de datos como una parte importante de su modelo de negocio y subrayó que los recogería de forma anónima y los utilizaría para mejorar la experiencia de sus clientes.[11] [3]

El departamento de propaganda del Pentágono en 2009

Además de estos escándalos y revelaciones sobre el uso civil de la manipulación digital, también existen pruebas reiteradas de que los militares utilizan estas técnicas digitales de poder blando para controlar los pensamientos y sentimientos de las personas. Sin embargo, en este caso los datos son mucho más escasos y los investigadores tienen que buscar durante mucho tiempo antes de encontrar pruebas sólidas.

En los casos aquí descritos, no se trata inicialmente de que los militares recopilaran cantidades especialmente grandes de datos de usuarios, aunque cabe suponer que los militares y los servicios de inteligencia también poseen

tales tesoros de datos, como revelaron Yasha Levine o Edward Snowden, por ejemplo. En los casos aquí descritos, los militares utilizaron Internet específicamente para que personas influyentes a sueldo difundieran propaganda. Esto se hizo de forma similar a la Comisión Creel durante la Primera Guerra Mundial, reclutando en secreto a un gran "ejército" de personas para difundir mensajes proamericanos, por ejemplo.

Las pruebas de este tipo de manipulación por parte del Pentágono se remontan a 2009, y aunque hay muchos indicios de que esta manipulación se inscribe más en el ámbito de la propaganda bélica, sirvió como precursora de formas de manipulación digital muy utilizadas hoy en día.

La revista *Wired* informó en su momento de que el Pentágono empleaba a 27.000 personas cuya única tarea era influir en la opinión pública a favor del ejército estadounidense mediante propaganda selectiva. El ejército estadounidense gastaba en ello 4.700 millones de dólares al año.[114] Esta cifra puede parecer pequeña comparada con los 75.000 empleados de la Comisión Creel, pero no hay que olvidar que muchos de ellos se pasan el día sentados ante sus ordenadores y utilizan varias cuentas al mismo tiempo para crear opinión pública a favor del ejército.

Tom Curley, entonces director de la agencia de noticias estadounidense AP, se convirtió en un valiente denunciante y se quejó públicamente de este departamento de propaganda: "Se está volviendo insoportable", declaró al periódico *Tagesanzeiger*.[115] Criticó en particular que los empleados del Pentágono no sólo ejercían influencia indirectamente a través de Facebook, Twitter y otras plataformas, sino que también se coaccionaba directamente a los periodistas.

El periódico continúa: "Altos generales han amenazado con arruinar a AP y a él si los reporteros siguen insistiendo en sus principios periodísticos. Desde 2003, once periodistas de AP han sido detenidos en Irak durante más de 24 horas. "[11 6]

Según el *Tagesanzeiger*, el departamento de propaganda tiene su sede en una antigua base de las fuerzas aéreas en San Antonio, Texas, y tenía previsto emitir 5.400 comunicados de prensa, 3.000 anuncios de televisión y

1.600 entrevistas radiofónicas en 2009. El departamento de propaganda del Pentágono es mayor que la mayoría de los grupos de prensa de Estados Unidos.

Aunque estos departamentos de relaciones públicas podrían, por supuesto, restringir la libertad de prensa, el empleado Adam Smith defendió el programa: "Tenemos que participar en la difusión de nuestro caso y contar nuestra versión de la historia, porque créanme, Al Qaeda y toda esta gente... eso es lo que están haciendo en Internet y en todas partes. "[11 7]

Sin embargo, a muchos no les convencieron estas declaraciones y, aunque hubo poca cobertura de este departamento de relaciones públicas del Pentágono que difundía propaganda bélica, siempre hubo voces críticas. Paul Hodes, político y miembro del Partido Demócrata, se opuso al programa, señalando que no era tarea del Pentágono vender sus políticas al pueblo estadounidense.[11 8]

A pesar de tales críticas, este importante tema volvió a desaparecer rápidamente de los medios de comunicación y durante mucho tiempo permaneció en la oscuridad qué ha sido del departamento de propaganda del Pentágono desde entonces.

El departamento de propaganda del Pentágono en 2021

Dado que no hay muchos denunciantes como Tom Curley, tuvieron que pasar más de diez años para que surgiera nueva información sobre cómo y si el Pentágono había mantenido o incluso desarrollado aún más este ejército de manipulación digital.

En mayo de 2021, salió a la luz que el Pentágono había hecho ambas cosas y había vuelto a aumentar masivamente su ciberejército. El periódico *Newsweek* publicó un reportaje de investigación en el que descubría que "la mayor fuerza clandestina de la historia" era un ejército de 60.000 ciberguerreros creado por el Pentágono en los últimos diez años.[11 9]

Este departamento tiene diez veces más miembros que las unidades clandestinas de la CIA y se dedica por completo a la manipulación digital :

"El grupo más nuevo y de más rápido crecimiento es el ejército clandestino que nunca abandona sus ordenadores. Son ciberguerreros de vanguardia y recopiladores de información que [...] buscan objetivos de alto valor y recopilan lo que se denomina 'información públicamente disponible', o incluso participan en campañas para influir o manipular los medios sociales", afirma el periodista William Arkin.12 0

Critica que el trabajo de los ciberguerreros esté "completamente desregulado" y que el Congreso estadounidense nunca haya celebrado una audiencia sobre el programa, lo que "pone en tela de juicio las leyes estadounidenses, las Convenciones de Ginebra, el código de conducta militar y la responsabilidad básica".12 1

El departamento de propaganda del FEM a partir de 202012 2

Los que tienen mucho dinero pueden sentirse muy tentados por las posibilidades de estos ejércitos digitales, porque desde el punto de vista de la investigación propagandística, está claro que su influencia no debe subestimarse y que las opiniones de la población pueden controlarse hasta cierto punto mediante campañas pagadas y encubiertas con muchos influenciadores secretos.

El Foro Económico Mundial y la ONU también han reconocido la eficacia de un gran número de empleados cibernéticos para difundir la información deseada en línea. Por ello, decidieron crear también un departamento de este tipo. Como escribió el FEM en noviembre de 2020, la ONU había reclutado para entonces a 110.000 "voluntarios de la información" a los que se había enseñado a combatir eficazmente la "desinformación" sobre corona en una especie de "primera ayuda digital ", como explicó la empleada estadounidense de la ONU Melissa Fleming.12 3

Este tipo de estrategias para combatir la llamada "desinformación" también existen en la OTAN. Como escriben los expertos militares Reding y Wells en

su ensayo sobre la guerra cognitiva, ha desarrollado "una clara estrategia para neutralizar la desinformación basada en la difusión de narrativas basadas en hechos", las llamadas "contranarrativas". Al igual que Ivy Lee durante la masacre de Ludlow, la OTAN también recurre hoy a comunicados de prensa o al "suministro de hechos y fuentes relevantes" para apoyar la labor de una "prensa libre", según sus propias declaraciones.[12] [4]

Los guerreros del ejército británico en Facebook

Mientras que en 2009 el departamento de propaganda del Pentágono seguía ocupándose principalmente de medios de comunicación tradicionales como la televisión, la radio y los periódicos, en 2015 se informó de que el ejército británico había creado un departamento de propaganda dedicado exclusivamente a la manipulación digital en Facebook, similar al del Pentágono en 2021.

Tras las revelaciones de Edward Snowden sobre la vigilancia digital por parte de la NSA, ya no es un secreto que la guerra digital avanza rápidamente y que, por ello, el ejército británico ha modernizado su "artillería digital", escribe Darren Orf en la revista *Gizmodo*.[12] [5]

Según *el Financial Times*, esta fuerza digital estaba formada por unos 1.500 de los llamados "guerreros de Facebook", que llevaban a cabo "complejas y encubiertas campañas de información y subversión".[12] [6]

Veriphix gana el concurso de innovación de la OTAN

"El uso de nuevos modelos informáticos y de comunicación, incluida la IA, mejorará significativamente el armamento, la orientación y la sofisticación de los ataques de desinformación. "[12] [7]

- Dale F. Reding y Bryan Wells

Aunque Internet y la ciberseguridad siguen siendo en gran medida "territorio inexplorado", como señaló el multimillonario estadounidense Warren Buffett en 2018128 , la OTAN está decidida a adentrarse en este territorio inexplorado en la guerra de la información y utilizar el "texto en la sombra" para sus propios fines.

Como alianza militar, la OTAN puede recurrir a una amplia gama de opciones de manipulación digital en los sectores civil y militar, y el enfoque de Cambridge Analytica impresiona especialmente a los estrategas de la guerra cognitiva.

En sus expedientes hacen referencia repetidamente a la empresa británica, por lo que no es de extrañar que el tratamiento de datos y el análisis de la información digital ocupen repetidamente un lugar central en el concurso de innovación de la OTAN.

Existe desde 2017 y se celebra dos veces al año desde entonces. Gira siempre en torno a seis temas "muy influyentes para el desarrollo de las capacidades militares futuras "129 , como constató la OTAN en su propio estudio: inteligencia artificial, sistemas autónomos, espacio exterior, hipervelocidad, tecnología cuántica y biotecnología.13 0

Desde entonces, el tema de la guerra de la información digital y la manipulación digital ha surgido una y otra vez con diferentes nombres: En la primavera de 2018, el concurso de innovación se celebró bajo el lema "Complejidad y gestión de la información", en la primavera de 2020 trató sobre "Las noticias falsas en las pandemias" y en otoño de 2021 versó sobre "La amenaza invisible: neutralizar la guerra cognitiva".13 1

Para la final, que se retransmitió en directo por YouTube el 30 de noviembre de 2021132 , la OTAN invitó a diez empresas, ocho de las cuales se centraron en cómo pueden utilizarse los algoritmos para acceder a enormes cantidades de datos en Internet y, en particular, en las redes sociales, y evaluarlos. El objetivo es vigilar, predecir y, por tanto, controlar el intercambio de información, así como los pensamientos y sentimientos de las personas, de la forma más rápida y precisa posible. Los objetivos más populares de la

inteligencia artificial son Facebook y Twitter, como en el caso de Cambridge Analytica, pero también se analizan TikTok y Telegram.

Al final, la ganadora fue la empresa estadounidense Veriphix[133] , cuyo fundador, John Fuisz, explica el papel de Veriphix en la cooperación con la OTAN en el sitio web de la empresa:

"Las operaciones de influencia existen desde la antigüedad. Los avances de la ciencia cognitiva en los tiempos modernos las han hecho más sistemáticas y eficaces. Nos complace que nuestra solución pueda ayudar a la OTAN a reforzar sus capacidades de guerra cognitiva . "[13 4]

Para ayudar a la OTAN en la guerra cognitiva, Veriphix utiliza la manipulación digital y emplea una estrategia bastante similar a la de Cambridge Analytica.

En su núcleo, como es típico en la aplicación del poder blando, está el inconsciente humano. Al igual que Edward Bernays, Fuisz y su equipo de Veriphix han comprendido este poder del inconsciente. Sabe que las personas se guían principalmente por la parte de su psique que está bajo la superficie del agua, como el iceberg antes mencionado.

Veriphix se centra aquí en las emociones, porque las emociones "crean creencias e impulsan el 95 por ciento de todos los procesos de toma de decisiones "[135] , como escribe Veriphix en su sitio web. La empresa combina esta perspicacia inteligente y acertada con inteligencia artificial y análisis de big data, así como (al igual que Bernays) con encuestas al grupo objetivo, es decir, a la población, con el objetivo de reconocer las emociones de las personas e influir en ellas.

Veriphix procede del siguiente modo: La empresa pide a un grupo de unas 100 personas, pero al menos 25, que rellenen un cuestionario independientemente unas de otras. Esto se utiliza para registrar el cambio en las creencias de la gente. Al mismo tiempo, la empresa utiliza inteligencia artificial para monitorizar redes sociales como Twitter y averiguar si en los medios sociales circulan, y en qué medida, "nudges", es decir, pequeños "empujones" psicológicos inconscientes responsables del cambio de creencias.[13 6]

Según Fuisz, cuando cambian las creencias de la gente, cambia también su comportamiento y con él su realidad. Por ejemplo, Veriphix observó los precios inmobiliarios en una región y las creencias de la gente sobre cómo evolucionarían los precios y descubrió que la gente primero creía que los precios inmobiliarios subirían antes de que las propiedades se encarecieran realmente.[137]

Esta estrategia de anticipación de comportamientos "nació de la caza de propaganda extranjera en las redes sociales", como afirma la propia Veriphix.[138]

Pueden utilizarse, por ejemplo, para predecir protestas o la preparación de un ejército, afirma Fuisz.

Esto permite a Veriphix predecir cómo evolucionarán las opiniones de la gente en el futuro y, aplicando hábilmente los "codazos" pertinentes, mover a la gente en la dirección deseada por el cliente de Veriphix. Con esta estrategia, Veriphix llega al meollo de la guerra cognitiva de la OTAN, y Fuisz ha reconocido acertadamente que el objetivo de la guerra cognitiva es precisamente este cambio en las creencias: ahí es donde su programa quiere y puede contribuir eficazmente a dirigir a las personas de forma inadvertida.

"Así que básicamente hemos desarrollado una herramienta que las marcas, las agencias y los investigadores pueden utilizar para medir de forma discreta y privada lo que la gente cree, cómo cambian esas creencias, y podemos filtrar automáticamente los empujones que cambian la opinión de la gente y luego probarlo. Se trata de un nuevo nivel de comprensión de cómo influir en los grupos", explica orgulloso Fuisz en una entrevista.[140]

Su equipo no sólo domina el reto de averiguar qué sentimientos tiene la gente, sino que también conoce los desencadenantes que influyen en las emociones y puede utilizarlos de forma selectiva, al menos eso afirma Fuisz.[141]

Esta predicción e influencia del comportamiento es tan eficaz que también se hace referencia a Veriphix como la "bomba atómica de las operaciones de información "[142] .

Fuisz no tiene reservas sobre la estrategia manipuladora de sus armas de manipulación: "Es simplemente fascinante porque si puedes hackear el cerebro de alguien hasta cierto punto y conseguir que alguien revele lo que realmente está pensando, entonces empiezas a tener una estrategia: 'Vale, ahora sé a qué me enfrento, ahora sé de qué va, y ahora puedo empezar a hacer algo al respecto'. "[14] [3]

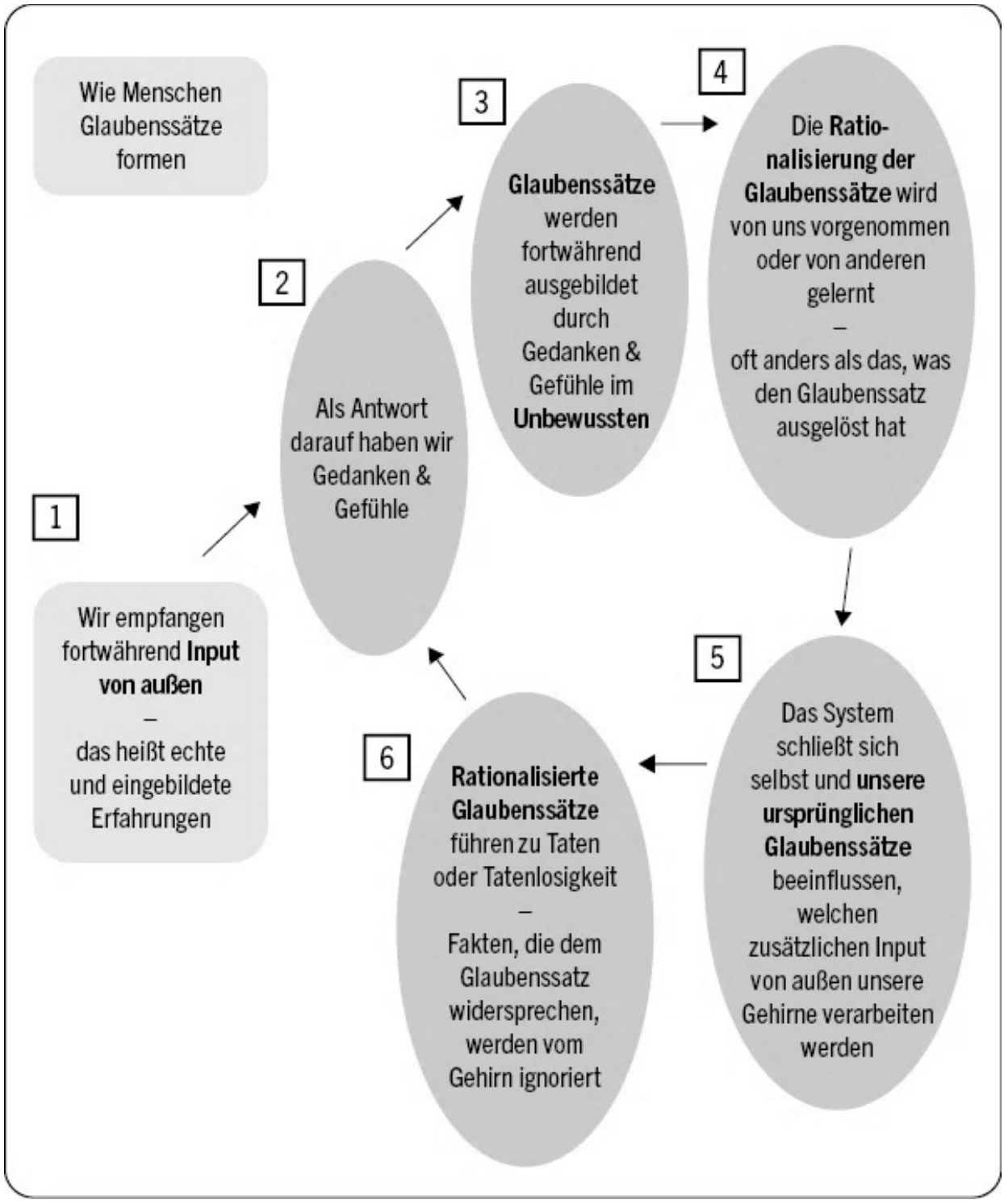


Figura 6: Modelo de formación de las creencias del ganador Veriphix13 9

Un punto que John Fuisz utilizó para convencer a la OTAN durante el concurso fue la experiencia que ya tenía Veriphix. "El programa ya está en

uso comercial "[144] , subrayó Fuisz y explicó a los miembros del jurado que Veriphix ya se ha probado en ocho casos relevantes para los gobiernos desde 2016. Entre ellos, las elecciones en Estados Unidos y las protestas contra las medidas contra el coronavirus. La lista de socios de la empresa también es impresionante e incluye a Nike, la mayor agencia de relaciones públicas del mundo, Edelman, la agencia de medios StarCom y la Fuerza Aérea de EE. S. Air Force.

En las pocas ocasiones en las que Fuisz habló de su trabajo y de sus clientes, habló de cómo había trabajado para Nike, así como durante las elecciones al Senado de 2018.

Nike fue uno de los primeros clientes de Veriphix y quería una campaña dirigida específicamente a las mujeres. Para ello, el equipo de Fuisz investigó qué opinaba la población de EE.UU. sobre el empoderamiento de la mujer y cómo se podía influir en esta actitud con pequeños empujoncitos. De este modo, Veriphix ayudó a las mujeres a sentirse animadas a "salir y hacer ejercicio" y a comprar los productos de la empresa.[14 5]

Sin embargo, Veriphix no solo participó activamente en este tipo de campañas publicitarias, sino también en el ámbito político. Un ejemplo son las elecciones al Senado de 2018 en Misuri, en las que el senador republicano Josh Hawley se enfrentó a la candidata demócrata Claire McCaskill. Fuisz descubrió que el tema "Corea" era malo para McCaskill, que luchaba por su tercera reelección, y bueno para Hawley. Con un grupo de estudiantes, examinó medios sociales como Twitter en busca de "usos anómalos" de la palabra *Corea* durante las últimas seis semanas de las elecciones . El equipo descubrió que durante las últimas fases de la campaña, cuando McCaskill iba en cabeza, el tema de Corea tuvo un empuje inusitado en las redes sociales.

En elecciones especialmente reñidas, es posible influir en una población entre un 3% y un 5% y cambiar así las elecciones; en este punto coincide la observación de John Fuisz con lo que Cambridge Analytica consiguió hacer dos veces en 2016.

Otros casos en los que se utilizó o probó el software Veriphix son: las elecciones de 2016 en Pensilvania y Wisconsin, las elecciones de mayo de 2018 en el Reino Unido, las elecciones presidenciales de julio de 2020, con fines comerciales en 2021 en "un país de la UE" y en mayo de 2021 en Estados Unidos, y para un gobierno no especificado por John Fuisz en octubre de 2021 durante las protestas por el coronavirus.[14 6]

John Fuisz prefiere no explicar exactamente cómo funcionó Veriphix en estos casos.

Aunque, como Director General de su empresa, subraye naturalmente lo innovadora que es Veriphix, sólo tiene razón en parte. Es cierto que el software de Veriphix es puntero. Sin embargo, la estrategia básica de la empresa es muy antigua.

Al igual que Edward Bernays, el precursor de la propaganda, Fuisz reconoció que primero hay que entender los impulsos inconscientes de la gente. Veriphix lo hace con la ayuda de un variopinto grupo de unas 100 personas que son entrevistadas regularmente sobre una amplia variedad de temas.

El siguiente paso es averiguar cómo se puede guiar el subconsciente, para lo cual Veriphix identifica los llamados "codazos" inconscientes. A continuación, se utiliza un algoritmo para rastrear las redes sociales en busca de esos empujones y predecir el comportamiento (futuro) de las personas.

El último paso, como siempre en el uso del poder blando, es el deseo de dirigir los pensamientos y sentimientos de la gente; en Veriphix esto significa utilizar "nudges positivos o negativos" para "empujar" al menos a una parte de la población en la dirección deseada.

Resumen de la guerra cognitiva como manipulación digital

"La mente es el teatro de la guerra del futuro. "[14 7]

- James Giordano

A medida que Internet penetra en cada vez más ámbitos de nuestras vidas, el texto en la sombra de cada individuo también crece. La OTAN ha comprendido el valor de este texto en la sombra como manipulación digital y se esfuerza por seguir el ritmo de empresas poderosas como Google y Facebook. Mira con admiración el éxito de Cambridge Analytica y, por su parte, intenta recopilar datos y utilizarlos para vigilar y controlar a la población.

Un ejemplo concreto es una campaña de la división StratCom de la OTAN, que utilizó Facebook para un ejercicio en 2019. Como parte de un ejercicio militar, un equipo de StratCom creó varios perfiles falsos e intentó obtener información confidencial de los propios soldados de , a menudo con éxito. "Todo el mundo tiene un botón [que pulsar]. La cuestión es que lo que está disponible en Internet es suficiente para saber cuál es", resumió la directora de StratCom, Janis Sarts.[148] Para algunos, este botón es el dinero, para otros una cita tentadora, para otros un asunto familiar, según Sarts, que se sorprendió de lo bien que funcionaba la manipulación digital con los soldados de la OTAN. En realidad, están entrenados para estos casos; los ciudadanos de a pie son aún más fáciles de manipular, está seguro.

Los intentos individuales de ampliar la manipulación digital como parte de la guerra de la información se están agrupando y avanzando ahora en la guerra cognitiva. Se trata, por tanto, de una "generalización y expansión de la guerra informativa más allá del campo de batalla".[149] La guerra cognitiva como manipulación digital se beneficia de los hallazgos de la propaganda de guerra, en particular del control de la percepción. Si nuestros pensamientos y sentimientos surgen del entorno que nos rodea, y este entorno es cada vez más digital, entonces controlando el entorno digital podemos, en última instancia, controlar a las propias personas, según se piensa.

Bernard Claverie y François du Cluzel lo explican así: "El principal objetivo [de la guerra cognitiva] no es ganar [...] sin luchar, sino librar una guerra contra lo que una comunidad enemiga piensa, ama o cree cambiando su representación de la realidad. Es una guerra contra la forma de pensar del enemigo, la forma en que funciona su mente, la forma en que ve el mundo y

desarrolla su pensamiento conceptual. El efecto deseado es un cambio en la visión del mundo y, por tanto, un menoscabo de la paz mental, la certidumbre, la competitividad y la prosperidad. "[150]

Según el psicólogo Norbou Buchler, los ciberataques, el análisis de big data y las redes sociales se utilizan "con fines de desestabilización "[151] .

Llegados a este punto, es importante darse cuenta de lo global que es la afirmación de la guerra cognitiva. Todos dependemos de la información y del diálogo con los demás para formarnos una imagen del mundo. Y aunque en última instancia cada cual tenga su propia visión del mundo, la revolución de la información ha hecho posible compartir conocimientos e información de forma libre y abierta.

Si una alianza militar interviene aquí con el objetivo declarado de perturbar la visión del mundo, la certidumbre o la tranquilidad de las personas, existe el peligro de que se imponga el lado oscuro de la revolución de la información: la vigilancia y la manipulación.

Este hecho y el alcance de la posible vigilancia y control con la ayuda de "gemelos digitales" hacen que sea urgentemente necesario un debate sobre la guerra cognitiva como manipulación digital.

IV La guerra cognitiva como manipulación cultural

"La maniobra de influencia y el engaño siempre han formado parte del arte de la guerra. Incluso Sun Tzu1 hizo hincapié en la importancia del factor psicológico en su época, y aunque el Imperio Romano se basó inicialmente en la fuerza de su ejército, debió su longevidad a su persistente voluntad de imponer su cultura y, por tanto, su propia visión del mundo." 2

- General André Lanata, Prólogo de "Cognitive Warfare" (Guerra cognitiva)

Además de otras razones como la agitación política y las crisis, la revolución de la información no sólo ha provocado una pérdida de confianza en la OTAN, sino también en los gobiernos e instituciones occidentales. El fundador del FEM , Klaus Schwab, se lamentaba en un artículo publicado en *Handelsblatt* de que la gente busque ahora culpables: "Algunos señalan con el dedo a líderes políticos incompetentes, otros culpan a los directores ejecutivos - y una minoría creciente atribuye todas las desgracias a una 'conspiración de las élites'", decía Schwab sobre la menguante satisfacción de la población. 3

Nunca se insistirá lo suficiente en este punto en el contexto de la guerra cognitiva, porque la confianza en el propio gobierno, las instituciones o el sistema social en su conjunto es un componente central de la "moral" de la población, que también puede influir en el poder de una alianza militar y en su éxito. 4

La razón es que nuestra confianza y la legitimación de nuestro sistema social tienen una serie de consecuencias psicológicas en nuestras mentes, que son importantes para quienes detentan el poder en la guerra de la información y, por tanto, también en la guerra cognitiva.

Una de estas consecuencias psicológicas es la obediencia voluntaria, que Stanley Milgram investigó (véase el capítulo "El pastor (o el efecto de la autoridad)"). Milgram descubrió que "la justificación ideológica tenía una importancia crucial" para la disposición a obedecer, porque sólo la posibilidad de ver el propio comportamiento destructivo "como al servicio de un objetivo deseable" hacía "posible sin dificultad" la disposición a obedecer. 5

Por tanto, la ideología también es especialmente importante para una alianza militar, ya que crea la base para la violencia y la guerra. Ambas deben rechazarse, por lo que la guerra cognitiva no debe influir en las personas de tal manera que acaben accediendo a las guerras.

Sin embargo, quienes quieren librar guerras ven las cosas de otra manera y necesitan la aprobación pública para hacerlo.

A medida que disminuye la importancia del poder duro y aumenta la del poder blando, influir en la moral del público también adquiere cada vez más importancia. La confianza del público en los "procesos electorales", las "instituciones, los aliados, los políticos" está, por tanto, en el centro de la guerra cognitiva. 6

La profundidad con la que el poder blando puede penetrar en la psique de las personas queda demostrada por el hecho de que el objetivo no es sólo cambiar pensamientos y sentimientos, sino también visiones culturales completas del mundo. Así pues, la guerra cognitiva como manipulación cultural demuestra una vez más lo peligrosas que la OTAN considera estas modernas técnicas de poder blando: "Llevada al extremo, la guerra cognitiva tiene el potencial de desestabilizar sociedades así como organizaciones militares y romper alianzas", advierte la alianza militar en su dossier sobre guerra cognitiva. 7

En la guerra cognitiva como manipulación cultural, el peligro para la OTAN no sólo procede de la revolución de la información, sino sobre todo

de Rusia o China8 , que, según la OTAN, utilizan específicamente el aspecto cultural en sus programas de guerra cognitiva para influir en las visiones del mundo de las poblaciones de los países de la OTAN. 9

Por eso habla a menudo de la necesidad de "neutralizar" la guerra cognitiva de los desafiantes10 para contrarrestar la pérdida de confianza en la cultura occidental y preservar la "seguridad cognitiva "11 de la propia población.

No se explica explícitamente qué se entiende por seguridad cognitiva. Sin embargo, el debate actual se centra repetidamente en el hecho de que la guerra de la información "antioccidental" "socava la confianza en el sistema político existente" y que "la desinformación [...] debilita el atractivo y la resistencia de las democracias liberales y pluralistas y su cooperación, por ejemplo en la OTAN y la UE "12 , lo que la OTAN también considera que debe evitarse a toda costa.

Stanley Milgram ya reconoció este poder de la visión del mundo y acusó a los gobiernos de su época de manipularlos deliberadamente con propaganda: "Si controlas la forma en que alguien interpreta su mundo, ya has dado un gran paso hacia el control de su comportamiento. [...] Los gobiernos invierten mucho dinero en propaganda, que es la interpretación oficial de los acontecimientos", observó astutamente el investigador estadounidense.1 3

Cuanto mayor sea la confianza de sus propios ciudadanos en la visión del mundo y la cultura occidentales, más fuerte será la posición de la OTAN como defensora de estos valores occidentales, y esto es precisamente por lo que se lucha en la guerra cognitiva como manipulación cultural.

La amenaza que supone Rusia para la visión occidental del mundo

"Cuando oyes hablar a los rusos en los largometrajes [...] todos son malvados, todos están a punto de hacer algo malo."[14]

- John Fuisz, Veriphix

Junto con China, Rusia no sólo es uno de los mayores desafíos militares de la OTAN, sino que también constituye una gran amenaza desde la perspectiva de la Alianza en la batalla de visiones del mundo.

Esta rivalidad tiene una larga historia y abarca todo el periodo de la Guerra Fría. En aquella época, se enfrentaban la OTAN, fundada en 1949 como alianza militar occidental y capitalista, y el Pacto de Varsovia, fundado en 1955 en respuesta a la fundación de la OTAN, como alianza militar soviético-comunista.

Según el estratega estadounidense y experto en poder blando Joseph Nye, la Unión Soviética representó un sistema absolutista durante la Guerra Fría, caracterizado por el "deseo de un líder fuerte", el "miedo a la invasión" y el deseo de "secretismo "[15] .

Estados Unidos, por su parte, representaba "la democracia liberal, el pluralismo" y "el orgullo de su tecnología y su economía en expansión".[16]

Con el final de la Guerra Fría y la disolución del Pacto de Varsovia en 1991, la fuerza militar de las antiguas repúblicas soviéticas y de Rusia se vio en gran medida quebrada. Por lo tanto, algunos creían que la visión capitalista occidental del mundo también había obtenido una victoria final. Entre ellos se encontraba el politólogo estadounidense Francis Fukuyama. En 1989 publicó el conocido ensayo "The end of history?" ("¿El fin de la historia?") ("¿El fin de la historia?")[17] , en el que asumía que las democracias liberales y capitalistas eran ya la única forma de gobierno superviviente.

Fukuyama no estaba del todo equivocado, y Freedomhouse cuenta en realidad con 123 de los 195 países del mundo como democracias en 2017.[18]

Aunque la categorización es controvertida y hay debate sobre cómo de democráticos son realmente los países individuales, la democracia como forma de gobierno y el capitalismo como forma de economía parecen haber emergido como los grandes ganadores de la Guerra Fría - y con ella la OTAN como gran defensora de este orden mundial.

No obstante, la cosmovisión occidental en particular es sólo una perspectiva posible del mundo, y a día de hoy existen diferentes narrativas que compiten entre sí y que se disputan ferozmente en la guerra cognitiva.[19]

Una narrativa especialmente amenazadora para la OTAN procede de Rusia, el "perdedor" de la Guerra Fría. Debido a su riqueza en recursos naturales y a su proximidad geográfica a Alemania, ha sido de gran importancia para los estadounidenses, como nación líder de la OTAN, dividir a Alemania y Rusia durante más de cien años.

El objetivo siempre fue impedir que las tecnologías alemanas y las materias primas y la mano de obra rusas se combinaran para desafiar a Estados Unidos como la nación más poderosa del mundo. "Lo que combatimos durante siglos, en la Primera y Segunda Guerras Mundiales y en la Guerra Fría, fue la relación entre Alemania y Rusia, porque juntas son la única potencia que podría amenazarnos, y para asegurarnos de que eso no ocurra", explicaba con sorprendente claridad en 2015 el conocido geoestratega George Friedman.[20]

Esta división puede tener lugar militarmente, puede tener lugar económicamente y puede tener lugar a través de la manipulación cultural en el curso de la guerra cognitiva. Una amenaza en este sentido es la visión del mundo y la cultura rusas: por un lado, se parece lo suficiente a la cultura alemana y europea como para que la entendamos, pero, por otro, difiere de la cultura estadounidense y, por tanto, representa una posible alternativa a ella.

Cuando Putin sugirió en 2000 que Rusia podría entrar en la OTAN, no sin razón hizo hincapié en las similitudes culturales: "Rusia forma parte de la cultura europea, y no veo a mi propio país aislado de Europa y de lo que a

menudo se denomina el mundo civilizado [...]. [...] Por lo tanto, me resulta difícil imaginar a la OTAN como un enemigo "[2. 1]

Si Rusia se hubiera adherido realmente a la OTAN, habría ocurrido exactamente lo que a EE.UU. "le aterrorizaba desde hace tiempo "[22] , según George Friedman: Alemania y Rusia se habrían convertido en socios.

Al mismo tiempo, la cosmovisión rusa podría haber existido como contramodelo de la cosmovisión estadounidense y debilitar así la hegemonía cultural de EEUU. Esto se debe a que la cosmovisión estadounidense se nutre del hecho de que sigue siendo incomparable y sin alternativas, y su atractivo podría disminuir rápidamente si se pudiera ofrecer un modelo alternativo de sociedad.[2 3]

Desde entonces, la OTAN ha desconfiado mucho de esta posible influencia cultural rusa, y los periodistas occidentales también son a veces muy críticos con Rusia y quieren impedir un acercamiento o entendimiento cultural entre ambos países.

Un año antes del discurso de George Friedman, el periodista británico Peter Pomerantsev advirtió de una "guerra de la información" rusa a raíz del golpe de Estado de 2014 en Ucrania. Refiriéndose a la campaña mediática de Edward Bernays durante el golpe de Estado en Guatemala, habló de la "guerra relámpago de información más asombrosa que jamás hayamos visto en la historia de la guerra de la información" de Rusia.[24] La OTAN está segura de que debe responder a esto y se ha estado armando con la guerra cognitiva desde entonces. Si nos fijamos en el panorama mediático actual y en la cobertura de la guerra en Ucrania, nos damos cuenta de que la advertencia de Pomerantsev ha sido escuchada y la guerra de la información se ha intensificado desde entonces: Como resultado, actualmente hay muy pocas voces públicas que condenen la guerra de agresión rusa , pero que señalen que la expansión de la OTAN hacia el este y el golpe de Estado en Ucrania también deben tenerse en cuenta para entender el punto de vista de Rusia.

Tal visión es inconcebible para la OTAN. Por eso, hasta el día de hoy, los estrategas de la OTAN han advertido urgentemente contra las "campañas de desinformación rusas" y sus "transparentes objetivos de socavar la cohesión y estabilidad de la Alianza" y "desacreditar las acciones militares o políticas de la OTAN".[25]

Según los estrategas militares, una posible táctica rusa para ello es el llamado "control reflexivo", que también se trata en la guerra cognitiva. Según los estrategas de la OTAN, esta supuesta táctica rusa podría utilizarse para persuadir a los responsables de la toma de decisiones de los oponentes de Rusia para que actúen a favor de Rusia cambiando de antemano su visión del mundo.[26]

Esto demuestra una vez más el poder del soft power, y los expertos de la OTAN Reding y Wells ven aquí a la alianza militar a la defensiva. Están seguros de que Rusia lleva a cabo su guerra cognitiva de este modo como una forma de manipulación cultural y quiere despertar el entendimiento difundiendo su propio punto de vista. Sin embargo, esto debilitaría a la OTAN como alianza militar y pondría en peligro la supremacía de EE.UU.: "Estratégicamente, estos esfuerzos pretenden debilitar las capacidades económicas y militares de la Alianza, al tiempo que crean un mundo multipolar más complaciente con los intereses rusos y colocan a Rusia y a otros países en una posición militar, económica y política más ventajosa".[27]

Por supuesto, la OTAN también está desarrollando su propia Guerra cognitiva como manipulación cultural[28] y trabaja con todas las técnicas de poder blando disponibles hoy en día en la batalla por la soberanía cultural de la interpretación y la narrativa dominante.

La manipulación digital también desempeña un papel importante, ya que el microtargeting ha permitido "influir profundamente en las orientaciones del mundo de las generaciones futuras", como observa acertadamente el periodista Hauke Ritz.[29]

Reconoce la guerra cognitiva como manipulación cultural (que denomina "formación de masas") y describe esta guerra cultural con detalle: "Existe la

posibilidad de que Rusia ofrezca una interpretación diferente de la cultura europea, algo que ya hizo una vez durante la Guerra Fría. Rusia podría volver a hacerlo. Y eso supondría un gran peligro para el actual sistema mundial liderado por EE.UU., porque esta interpretación rusa de la cultura europea tendría un impacto global".30 Esta interpretación rusa puede verse, por ejemplo, en la división tradicional de papeles entre hombres y mujeres y el "matrimonio clásico "31 o en un "tradicionalismo" típicamente ruso32 , que va de la mano de una apreciación de la historia y la cultura de siglos pasados, entre otras cosas.

Si Rusia consiguiera hacer oír su visión del mundo, de repente habría comparabilidad, y en esta comparación "el modelo occidental no siempre saldría bien parado, por decirlo suavemente. Perdería naturalidad, dejaría de ser la encarnación indiscutible de lo moderno, lo actual, lo absolutamente necesario", afirma Ritz.3 3

Por tanto, la OTAN está librando una guerra cognitiva para defender su "narrativa estratégica", que reconoce acertadamente como el "pegamento" psicológico que mantiene unida a la alianza. "Preservar y proteger esta narrativa es un aspecto esencial de nuestra alianza", es el inteligente análisis del Vicesecretario General de la OTAN, Mircea Geoană.3 4

En esta batalla por la narrativa estratégica de la OTAN, la guerra de Ucrania se está convirtiendo también en un campo de batalla por la soberanía de la interpretación.

Esto también puede verse concretamente en el hecho de que medios de comunicación rusos como RT y Sputnik fueron simplemente prohibidos en relación con esta guerra. Además, la invasión de Rusia ofrece a los medios de comunicación occidentales la oportunidad de devaluar a Rusia en su conjunto y, por el contrario, destacar el valor de la cultura occidental y de la OTAN.

Esta es precisamente la opinión de *Redaktionsnetzwerk Deutschland*. En mayo de 2022, el periodista Matthias Koch se congratulaba de que Rusia estuviera perdiendo la "batalla por los corazones y las mentes de Europa "35

y afirmaba confiado: "Los putinistas pueden olvidarse de sus burdos planes, largamente acariciados, de una Europa dominada culturalmente por Moscú."

A cambio, Rusia también se está armando en la guerra de las palabras. En un discurso pronunciado en agosto de 2022, Vladimir Putin se mostró mucho menos conciliador con Occidente que en 2000, cuando había jugado con la idea de que Rusia entrara en la OTAN.

Estados Unidos y sus "vasallos" "interferirían despiadadamente en los asuntos internos de Estados soberanos" e intentarían "mantener su propio dominio" mediante "amenazas, chantajes o presiones" y "parasitarían al mundo entero" con este modelo, según las duras críticas que Putin dirige hoy a la política occidental36. La expansión de la OTAN hacia el Este en particular, que el diplomático estadounidense George F. Kennan describió ya en 1997 como el "error más desastroso de la política estadounidense de en la era posterior a la Guerra Fría "37 , es una manzana de la discordia constante para Putin.

La película "Search, Find, Tell "38 , en la que el influencer armenio Alexander Alexanyan asume el papel de narrador, también podría formar parte de la guerra cognitiva rusa. Presenta la visión rusa de la guerra en Ucrania en imágenes dramáticas y pide a los espectadores que descubran operaciones y planes secretos del ejército estadounidense. Alexanyan no menciona ningún crimen por parte rusa. Para eludir la censura en YouTube, Alexanyan pide que la película se comparta y reproduzca donde sea posible; en tiempos de guerra informativa digital, se trata de una jugada inteligente y podría ser un intento de la parte rusa de dar a conocer su propia visión del mundo.

La guerra cognitiva como manipulación cultural aún no se ha decidido, y todavía podemos echar un vistazo abierto y crítico tanto a la cosmovisión occidental como a la rusa y trabajar juntos para encontrar vías que conduzcan a la coexistencia pacífica. La guerra cognitiva no contribuirá a ello, porque las armas de influencia son tan peligrosas como los tanques y los misiles, y ninguna de las dos conduce a la paz.

La amenaza que supone China para la cosmovisión occidental

"Los chinos superarán a Occidente en guerra cognitiva "[3 9]

- Kimberley Orinx y Tanguy Struye de Swielande

Mientras la guerra cultural con Rusia sigue su curso, la OTAN ya ha identificado a su próximo adversario. El ascenso de China es, como mínimo, tan amenazador para la alianza militar como el poder duro y blando de Rusia.[4 0]

Según Geoană, el "cambio de juego más decisivo en las relaciones internacionales" es por tanto "el desplazamiento del equilibrio de poder mundial con el ascenso de China".[41] Al igual que Rusia, China está intentando "socavar la confianza de nuestros ciudadanos en esas mismas instituciones de la democracia". Y como "la competición global nunca termina" y es históricamente una "competición de ideas fundamentales", la OTAN también debe invertir en sus "capacidades de comunicación estratégica", según Geoană.[4 2]

En otras palabras, la OTAN se está armando masivamente en la guerra cognitiva como manipulación cultural para contrarrestar las amenazas que suponen las cosmovisiones rusa y china y ganar la batalla por los corazones y las mentes de la población.

La guerra cognitiva china es tan peligrosa para la OTAN porque China está cuestionando los valores occidentales en su conjunto.[43] El experto en la guerra china, Dean Cheng, describe esta estrategia como "ganar sin luchar".[44] Una posibilidad es derrotar al adversario en la guerra de la información en el llamado frente interno en , que no significa otra cosa que minar la confianza de la población del adversario en el propio sistema y en el ejército.[4 5]

Según los estrategas de la OTAN, China está especialmente bien posicionada en este terreno porque la cultura china ve naturalmente el mundo menos en blanco y negro y más en tonos grises. Por eso China no distingue tanto entre guerra y paz, sino que difumina los límites entre ambos polos en su continua guerra cognitiva. Los expertos occidentales ven pruebas de ello en la estrategia militar china, que incluye el concepto de las "tres guerras", conocidas en chino como sānzhàn ("三戰"). Estas tres guerras son la guerra psicológica, la guerra de la opinión pública y la guerra legal.[4 6]

Como primer paso, el presidente chino Xi Jinping quiere que tanto él como el Partido Comunista sean percibidos como "más dignos de confianza, respetables y simpáticos" que antes.[47] Para Joseph Bosco, antiguo empleado del Departamento de Defensa estadounidense, este deseo del presidente chino equivale a una declaración de guerra en la guerra de la información.[4 8]

Un paso más en los esfuerzos de China por afianzarse como cultura en Occidente son los Institutos Confucio, que funcionan desde 2004 y de los que ya hay más de 500 en todo el mundo. Siguiendo el modelo de los Institutos Goethe alemanes, estas instituciones pretenden promover la difusión de la lengua china y la comprensión de la cultura china.[4 9]

Según Orinx y Struye de Swielande, la guerra cognitiva en China consiste cada vez más en influir en los pensamientos y sentimientos de la gente de fuera del país, y creen que la OTAN tiene que ponerse al día en este terreno: "Occidente parece olvidar con demasiada frecuencia que la guerra es un concurso de voluntades y hoy, incluso más que en el pasado, una batalla por las percepciones y las visiones del mundo. "[5 0]

Esta batalla no conoce principio ni fin, no conoce fronteras ni paz. La guerra cognitiva como manipulación cultural se extiende a los más diversos ámbitos de la sociedad[51] y nunca se detiene. Ya sea navegando por Internet, utilizando un smartphone, leyendo un periódico, consultando nuestro correo electrónico, escuchando la radio o encendiendo la televisión, siempre

estamos recibiendo información que puede influirnos en un sentido u otro, y la proporción de influencia consciente y dirigida aumenta constantemente, sin que nos demos cuenta.

Todo el mundo está en el punto de mira, e independientemente de si Rusia, China o los países de la OTAN están participando en una guerra cognitiva, esta batalla continua en todos los frentes por los pensamientos y sentimientos de las personas es peligrosa y, por lo tanto, debe ser objeto de un escrutinio crítico.

La manipulación cultural de la OTAN

En sus dosieres sobre la guerra cognitiva, la OTAN señala repetidamente que sus adversarios participan activamente en la guerra de ideas y que, por tanto, debe actuar como alianza defensiva.

Este argumento no puede descartarse por completo, pues es comprensible que una alianza militar quiera defenderse de ataques externos. Sin embargo, no hay que olvidar que los países de la OTAN, sobre todo EEUU, han sido hasta la fecha líderes en el campo de la guerra psicológica y ellos mismos han utilizado repetida y exitosamente las operaciones psicológicas , las llamadas PsyOPs, para controlar la visión del mundo de la población. Son uno de los precursores o "compañeros" de la guerra cognitiva, que tiene el objetivo declarado de "destruir cómo alguien construye su propia realidad, su autoconfianza mental, su confianza en [...] grupos, sociedades o incluso naciones".5 2

Una de estas PsyOP en el ámbito de la manipulación cultural es la Integrity Initiative, cuyas actividades fueron desveladas por documentos filtrados en 201853 y que posteriormente pasó a la clandestinidad.54 La iniciativa enunciaba su misión en su subtítulo, afirmando que quería "defender la democracia contra la desinformación". Para ello, contaba con la financiación del Ministerio de Asuntos Exteriores y de la Commonwealth británico, organismo del que dependen los servicios de inteligencia

británicos GCHQ y MI6, así como Facebook, el Departamento de Estado estadounidense, el ejército británico y la OTAN.[55]

La tarea oficial, que la Iniciativa de Integridad persiguió con gran celo, era "combatir la desinformación rusa "[56] . También podría decirse que la iniciativa, con la ayuda de expertos, periodistas y empleados de los servicios militares y secretos, libró una sofisticada batalla propagandística contra Rusia, cuyo principal objetivo era retratar a Rusia lo peor posible en la prensa. Con ello se pretendía influir tanto en la población nacional como en los políticos occidentales.

Aunque en realidad se trataba de una organización británica, la propaganda profesional no se limitó a Gran Bretaña. La Iniciativa de Integridad también fue responsable de que Pedro Baños no llegara a ser jefe del Departamento de Seguridad Nacional español, ya que se le consideraba demasiado prorruso.[57]

La táctica era tan simple como eficaz: se vigilaba estrechamente a Rusia y se señalaban acontecimientos individuales, como la detención de un periodista o los disturbios durante una manifestación, y se amplificaban muchas veces a través de las redes sociales y los medios de comunicación en Europa con el fin de destruir sistemáticamente la imagen de Rusia, en línea con el geoestratega George Friedman. Los documentos filtrados indican que Alemania, en particular, fue el centro de la propaganda: el objetivo era impedir que la población alemana comprendiera la preocupación de Rusia por la expansión deeste[58] la OTAN hacia el y dividir aún más a Alemania y Rusia en la guerra de la información.[59]

En el caso de Pedro Baños, el hecho de que hubiera publicado para la cadena rusa RT en España se convirtió en su perdición, y grandes periódicos como *El País* advirtieron del peligro de dar a Baños, afín a Rusia, competencias en "ciberseguridad, seguridad marítima, inmigración y otras", que tendría en su cargo como titular del departamento. Sus referencias a la necesidad de cooperar con Rusia en amistad y paz eran obviamente peligrosas a los ojos de la iniciativa. Desde una perspectiva

geoestratégica, esto es difícil de imaginar para la OTAN, por lo que la visión cultural del mundo de Rusia y su reputación deben combatirse por todos los medios.

Sin embargo, la Iniciativa de Integridad no se detuvo en la política nacional y apuntó contra el político británico y antiguo líder del izquierdista Partido Laborista, Jeremy Corbyn. En un mensaje en Twitter, lo tachó de "idiota útil" que apoya a Moscú.[60]

A medida que salían a la luz más y más detalles de las actividades de propaganda, el diputado y aliado de Corbyn Chris Williamson pidió una investigación pública sobre la Iniciativa de Integridad . "Así no se comportan las democracias", tuiteó Williamson indignado.[61]

Cabía esperar que los medios de comunicación criticaran esta campaña de propaganda intrusiva y potencialmente ilegal de los británicos, sobre todo teniendo en cuenta que también se iban a crear ramificaciones en otros países europeos como Alemania.[62] Pero las protestas brillaron por su ausencia y se informó sobre todo en medios más pequeños como NachDenkSeiten o en Telepolis, donde el antiguo redactor jefe Florian Rötzer se ocupó de la iniciativa en una serie de artículos e hizo una valiosa labor educativa.[63]

Solo hay unos pocos informes en los medios de comunicación más grandes. Una excepción aquí es un artículo crítico en el *FAZ* del 25 de diciembre de 2018, que criticó duramente la estrategia de contrapropaganda, que la OTAN persigue cada vez más como manipulación cultural en la guerra cognitiva[64] . "La idea de contrarrestar los métodos de perturbación del discurso público y la abolición de una verdad común por 'más de lo mismo, solo que con diferentes signos' es fundamentalmente errónea, ya sea por ingenuidad o por intención", escribió Constanze Kurz. Advirtió con razón contra la proliferación de una maquinaria incontrolada de "operaciones de desinformación" con las armas del poder blando y sugirió que redes enteras de periodistas estaban implicadas en el escándalo.[65]

Para la OTAN, la idea de utilizar periodistas influenciables para difundir su narrativa no es nueva y también se discute en la guerra cognitiva.[66] La OTAN podría proceder tan hábilmente como lo hizo Edward Bernays durante su blitzkrieg propagandístico contra Guatemala, cuando influyó en los periodistas norteamericanos para demonizar a Árbenz y Guatemala y devaluar .

En su artículo, Kurz reconoce muy claramente que existe esta larga historia de manipulación de la opinión por parte de los gobiernos, que -incluso si se entienden los objetivos- difícilmente está justificada democráticamente. Sin embargo, según Kurz, el control democrático es importante en las democracias, y el escándalo de Cambridge Analytica ha demostrado que el control es necesario para cualquier forma de "operación de manipulación". "Y ahí es donde los agentes de inteligencia experimentados podrían empezar a sudar", concluye Kurz.[6 7]

Resumen de la guerra cognitiva como manipulación cultural

"La propaganda tiene que ver con la mentalidad, con la ideología, con la visión del mundo, con cómo la gente ve las cosas."[6 8]

- Christopher Simpson

Pero no sólo los oficiales de inteligencia "empezarían a sudar" si se restringieran estos departamentos de propaganda; los militares de Rusia, China, EE.UU. y otros países también se están poniendo nerviosos. La propaganda como manipulación cultural no está disminuyendo en importancia, sino más bien aumentando, por lo que en el futuro nos encontraremos con muchas formas de poder blando con más frecuencia. En

este punto, dos facetas de la guerra cognitiva, la digital y la manipulación cultural, van de la mano y se refuerzan mutuamente.

Norbou Buchler resume esta conexión en su ensayo sobre la guerra cognitiva del siguiente modo: "El impacto de la inteligencia artificial, que hace uso de grandes bases de datos y redes sociales, supone una gran amenaza. Permite una guerra cognitiva de la información [...] a una escala sin precedentes para desestabilizar las democracias y socavar las alianzas. El sigilo de los ataques, la falta de atribución de causa o autor, el engaño y la desconfianza resultante socavan el tejido social "[6 9]

Ni la OTAN ni Rusia o China tienen interés en limitar su guerra cognitiva como manipulación cultural. Al contrario, tales actividades propagandísticas seguirán aumentando a raíz de las dificultades económicas y de política interior y exterior de algunos países, y se intentará explotar el posible sufrimiento de la población y la pérdida de confianza en sus respectivos gobiernos e instituciones para sus propios fines con propaganda adaptada a la población respectiva.[7 0]

Las exigencias de la OTAN no sólo de "neutralizar la desinformación", sino también de "apoyar las acciones de una prensa libre" parecen especialmente deshonestas.[71] En el caso de la Iniciativa de Integridad, se trataba de una contradicción en los términos, ya que la prensa no era libre, sino que estaba infiltrada por los servicios militares y de inteligencia.

Sin embargo, en la guerra de la información no sólo participan la OTAN y los ejércitos occidentales, sino también los respectivos departamentos de Rusia y China. Por lo tanto, es importante examinar críticamente cualquier narración que, por ejemplo, presente una guerra de forma positiva o describa las intenciones de las élites políticas como benévolas y justas; con demasiada frecuencia, tales afirmaciones han resultado ser lo que hoy es el núcleo de la guerra cognitiva: a saber, manipulación y propaganda, sin el menor interés por la veracidad de tales mensajes.

V La guerra cognitiva como tecnología del futuro

"La humanidad está realmente en proceso de adquirir poderes divinos de creación. Estamos a punto de convertirnos en dioses. Y la gran cuestión que nos afectará en las próximas décadas es: ¿qué hacemos con nuestros nuevos poderes divinos?" [1]

- Yuval Noah Harari, 2018

La OTAN está adoptando un planteamiento muy previsor en su planificación de la guerra cognitiva, no sólo basándose en sus más de 100 años de experiencia con la propaganda moderna, sino también mirando hacia el futuro. Trabaja con varios think tanks (equipos de expertos) que analizan constantemente el presente y el futuro. El objetivo es seguir el ritmo de los avances tecnológicos y, en el mejor de los casos, reconocer, desarrollar y explotar hoy las tendencias futuras y las oportunidades de nuevas armas (para el poder duro o blando).

Aunque la guerra cognitiva es en realidad una tecnología de poder blando, las fronteras entre el poder duro y el blando y entre la guerra y la paz son cada vez más difusas en el difícil campo de las tecnologías del futuro.[2] Una nueva tecnología como los nanorobots podría, por ejemplo, utilizarse como herramienta médica para curar el cáncer o como arma para atacar el cuerpo humano.

La investigación sobre tecnologías del futuro relevantes para la OTAN comprende cuatro áreas: nanotecnología, biotecnología, tecnologías de la información y ciencias cognitivas, también abreviadas como NBIC.

Para el general André Lanata, la investigación sistemática y la militarización de estas tecnologías del futuro constituyen el núcleo de la guerra cognitiva.[3] El objetivo declarado de la OTAN es utilizar los avances logrados por el NBIC para ampliar sus "estrategias de propaganda e influencia "[4] .

Cada tecnología ofrece sus propias y aterradoras posibilidades de uso como arma de manipulación en la guerra de la información, y juntas forman un cóctel muy peligroso [...] "que puede manipular aún más el cerebro", como lo describe du Cluzel. 5

El objetivo explícito de la investigación NBIC es combinar las cuatro áreas de la tecnología, por lo que apenas es posible analizarlas por separado en el ámbito de la guerra cognitiva. Sin embargo, cabe destacar dos aspectos especialmente importantes: la fusión del hombre y la máquina y la militarización de la neurociencia.

La fusión del hombre y la máquina

"A medida que el mundo cambie, la OTAN también seguirá cambiando". 6

- Jens Stoltenberg

No nos hemos convertido en dioses, como afirma Harari, gracias a las nuevas tecnologías, ni recibiremos poderes divinos. Sin embargo, es cierto que la ciencia, especialmente en el campo de las NBIC, trabaja para "liberar al ser humano de las limitaciones del cuerpo", como escribe du Cluzel, del Innovation Hub. 7

Un ejemplo de cómo puede utilizarse la tecnología para "mejorar" a las personas son los chips RFID. Estos microchips, que tienen el tamaño de un grano de arroz y se implantan directamente en la mano, pueden utilizarse para combinar las funciones de una tarjeta de crédito, la llave de un coche o

incluso un documento de identidad.[8] En Suecia, cuya población es especialmente proclive al uso de estos chips RFID, la empresa TUI ha ofrecido a sus empleados la posibilidad de llevar un chip: unos 100 de sus 500 empleados han aceptado.

El director general, Alexander Huber, explicó a *Der Spiegel* que los empleados pueden utilizar el chip para abrir sus taquillas, activar las impresoras o abrir las neveras de seguridad de la cocina. "Aprecio mucho el hecho de poder utilizarlo para abrir las puertas de en la entrada y en el edificio. Es un verdadero alivio", añadió Huber.[9]

Desde 2021, el uso de microchips como certificado de vacunación también se ha hecho "cada vez más popular "[10], especialmente en el curso de las vacunaciones COVID-19 .

La función de los chips RFID se limita a unas pocas tareas predefinidas. No ocurre lo mismo con otra forma de fusionar al hombre y la máquina: los chips cerebrales de Neuralink. La empresa de Elon Musk está trabajando en una conexión directa entre el cerebro humano y un ordenador.[11] Para ello sería necesario implantar un minúsculo chip directamente en el cerebro, que puede leer y analizar las actividades cerebrales.

Si la investigación tiene éxito, serían posibles cosas antes inimaginables: "Cualquiera que lo desee podría implantarse un chip de este tipo mediante un sencillo procedimiento y así controlar ordenadores o compartir pensamientos", escribía Der *Spiegel* en enero de 2022 sobre las ambiciones de Musk.[1] [2]

Estos enfoques de investigación del sector civil también resultan cada vez más interesantes para el militar.

Una forma en que la OTAN podría utilizar esta nueva investigación para sus propios fines es fusionar no sólo los cuerpos humanos sino también los patógenos con la informática y la nanotecnología. En sus consideraciones para la próxima década, se describen pequeñas nanoarmas en relación con estas futuras tecnologías en los dossieres sobre guerra cognitiva, por ejemplo. Éstas se ingerirían inadvertidamente a través de los alimentos e

interactuarían con el sistema nervioso del cuerpo, lo que permitiría controlar los pensamientos y sentimientos de poblaciones enteras mediante una nueva forma de control mental. Esto puede sonar descabellado y poco realista, pero la manipulación de esta forma ya se está debatiendo hoy en día.[1 3]

"A largo plazo, no cabe duda de que las tecnologías de la información modificarán el cerebro y, por tanto, [...] crearán vulnerabilidades que habrá que vigilar de cerca para neutralizarlas, defenderse de ellas y explotarlas de la mejor manera posible", escribe du Cluzel sobre las posibilidades de las tecnologías del futuro.[1 4]

La OTAN también retoma la idea de conectar a las personas a los ordenadores mediante microchips y lleva las ideas más lejos. Hay un escenario que menciona una especie de traje futurista de cuerpo entero que está conectado a Internet y a la inteligencia artificial y que podría permitir a las personas prácticamente "caminar" por Internet, al menos según la ficción de una de las primeras publicaciones sobre guerra cognitiva del Centro de Innovación de la OTAN.[15] Esto también podría permitir analizar los datos biológicos de cada individuo y que un ordenador preparase la comida perfecta para las necesidades individuales.

Estos "sistemas híbridos" y la conexión entre humanos y ordenadores, conocida como HAT (human-autonomy-teaming), serían importantes, sobre todo a la hora de compensar las debilidades de la inteligencia artificial con las fortalezas de los humanos (y viceversa).

Aunque la OTAN admite que esta mezcla de inteligencia artificial y humana es una "colaboración poco habitual", el Teniente Coronel Gilles Desclaux está convencido de sus ventajas: "La complejidad de la gestión de crisis exige hoy en día el procesamiento de una gran cantidad de datos y la toma de decisiones críticas en plazos cada vez más cortos y con limitaciones cada vez más estrictas. Por ello, los responsables de la toma de decisiones al frente de las organizaciones de gestión de crisis deben recurrir

cada vez más a sistemas híbridos. La ayuda de sistemas inteligentes se ha hecho indispensable "[16]

Si proyectos como Neuralink de Elon Musk tienen éxito, los híbridos humano-ordenador también podrían utilizarse en la guerra cognitiva digital en el futuro.

Sin embargo, los esfuerzos por fusionar a los seres humanos con la tecnología van cada vez más lejos y conducen en última instancia a una forma de "simbiosis hombre-máquina" o "hibridación hombre-máquina "[17] , cuya descripción a veces trae involuntariamente a la mente al personaje de Terminator de las películas del mismo nombre.

¿Está la OTAN construyendo un Terminator?

"Otro problema global creado por las nuevas tecnologías podría ser el desarrollo de sistemas de armas autónomas, robots asesinos. Se trata de uno de los avances tecnológicos más peligrosos "[18]

- Yuval Noah Harari, 2018

Una posible forma de hibridación que todavía está muy lejos de un Terminator son los nanorobots. En este caso, no permiten el control mental como se ha descrito anteriormente, sino que sirven como una especie de dopaje que permite a los humanos alcanzar una "resistencia y superioridad informativa "[19] . Este podría significar que sus cerebros y cuerpos trabajan más rápido de lo que es posible para una persona normal. "Varios proyectos de soldados mejorados de este tipo ya están en marcha", subrayan Claverie y du Cluzel.[20] Una de las razones de la confianza de los dos investigadores podría ser el hecho de que EE.UU. es líder en el desarrollo de nanotecnologías con fines militares, como señaló la Asamblea

Parlamentaria de la OTAN en 2005.[21] "El sector de investigación y desarrollo militar de EE.UU." se centra, entre otras cosas, en "aumentar el rendimiento humano "[22] - que ahora va a seguir avanzando en la guerra cognitiva.

Si la investigación al respecto tiene éxito, no sólo sería posible el "dopaje" con nanorobots, sino que podrían criarse "supersoldados genéticamente optimizados "[23] a partir de cero, como analiza la OTAN en una publicación general, al tiempo que advierte de que aquí "deben establecerse límites". Se habla de cosas muy parecidas en Cognitive Warfare, donde se habla de "implantes neuroinformáticos e híbridos técnicos potenciadores de la percepción (visión y audición) o incluso de modificaciones genómicas".[24]

El deseo de un ejército de contar con soldados especialmente capaces y superiores en acción es comprensible, por lo que no es de extrañar que mucho antes de que se considerara la idea de los supersoldados modificados genéticamente, hubiera toda una serie de programas destinados a equipar a los soldados con trajes especiales, gafas, armas y otras tecnologías. La guerra cognitiva también habla de "tecnologías vestibles" y "nuevos equipos" que deben integrarse en la "apariencia del soldado mejorado".[25]

Este tipo de programas especialmente ambiciosos se pueden encontrar en muchos ejércitos del mundo, sobre todo en EE.UU., donde se llevaron a cabo proyectos como "Future Force Warrior", "Nett Warrior" o "Ground Warrior Ensemble" con mucho dinero.

El ex soldado del U. UU, Buck Clay, asume que el ejército estadounidense ha gastado "muy probablemente" 7.000 millones de dólares en estos programas "Land Warrior" en 2016 y hasta ahora no ha salido ningún resultado útil de ellos. "Hasta el momento en que dejé el servicio activo en 2011, nada había salido realmente del programa y nada ha salido en 2016", declaró Clay *a Business Insider*.[26]

Aunque sus afirmaciones sean ciertas, tales fracasos y los inmensos costes no disuaden a los militares ni a la industria de defensa de seguir esforzándose por conseguir supersoldados. Uno de los últimos programas

tratados en Guerra Cognitiva son los llamados "robots inteligentes "[27] o "robots híbridos "[28] . El término robot de combate híbrido nos trae inevitablemente a la mente a Terminator, que en la película se presenta a sí mismo como un "organismo cibernético" y explica que es "tejido vivo sobre un endoesqueleto metálico "[29] .

Incluso hoy en día, mucha gente sigue disfrutando viendo las películas de "Terminator", que siguen perteneciendo al género de la ciencia ficción, pero la investigación actual sobre la guerra cognitiva está trabajando a toda máquina para garantizar que estas tecnologías del futuro puedan convertirse pronto en realidad. En sus comentarios sobre la guerra cognitiva, los dos expertos Claverie y Kowalczuk están seguros de que los robots inteligentes "pronto aparecerán en el campo de batalla "[30] .

El futuro de las armas biológicas

Además del desarrollo de supersoldados "mejorados", el ejército también tiene una larga tradición en la investigación de enfermedades "mejoradas".[31]

En 2016, el Instituto Max Planck de Biología Evolutiva de Plön publicó un informe sobre un programa de la agencia de investigación estadounidense DARPA, en el que hablaba de proyectos de investigación por un valor total de 27 millones de dólares estadounidenses "con el objetivo de liberar virus modificados genéticamente que puedan alterar el material genético de los cultivos en el campo". Según los comunicados de prensa de las instituciones seleccionadas para el programa, los científicos implicados están investigando si pueden transferir los virus al maíz y a los tomates con la ayuda de "saltamontes, pulgones y moscas blancas, que son piojos de las plantas".[32]

Estos intentos de utilizar insectos como armas no son nuevos. Por ejemplo, el ejército estadounidense llevó a cabo ensayos en humanos con la fiebre de

la mosca de la arena en 1970 y 1972, como muestran los documentos publicados hoy.[3 3]

En esta tradición se inscriben esfuerzos más recientes en una dirección aún más extrema, que implica el uso selectivo de armas biológicas contra grupos de población específicos. Esto permitiría producir "enfermedades de diseño" que pudieran "adaptarse a grupos étnicos específicos", como escribe Jochen Mitschka. Sin embargo, admite que nunca se ha confirmado oficialmente la investigación y el desarrollo de un arma biológica dirigida contra grupos étnicos específicos.[3 4]

Sin embargo, según Mitschka, lo cierto es que Estados Unidos está recogiendo material genético tanto de la población rusa como de la china. Esta recogida de material genético por parte del ejército estadounidense causó gran asombro, especialmente en Rusia. "¿Saben que se está recogiendo material biológico en todo el país, de diferentes etnias y personas que viven en diferentes regiones geográficas de Rusia?", preguntó indignado Putin en 2017. "¿Pero para qué? Lo hacen, a propósito y profesionalmente. "[3 5]

El sitio web EUvsDisinfo califica de "desinformación" la afirmación de que Estados Unidos está recogiendo material biológico de rusos, entre otros. Es cierto que se recogen muestras de ARN en Rusia y de personas "caucásicas" y se llevan a la base aérea de Lackland, en Texas. Sin embargo, la web cita al capitán Beau Downey, portavoz del Mando de Educación y Entrenamiento Aéreo (AETC) de las Fuerzas Aéreas estadounidenses, quien explicó que el "objetivo es la integridad de la investigación y no el origen de las muestras", según EUvsDisinfo.36 El psicólogo cognitivo Christian Stöcker también criticó las preocupaciones expresadas por Putin en *Der Spiegel* calificándolas de "propaganda rusa "[37 .]

Resulta difícil juzgar cuál de las dos afirmaciones es cierta, y más aún evaluar si el material genético recogido se está utilizando para la investigación de armas biológicas. Lo cierto es que el tema de las enfermedades selectivas también ocupa a la OTAN en sus análisis de la

guerra cognitiva. Con respecto a la pandemia corona, du Cluzel escribe con preocupación que las "lagunas existentes en las infraestructuras y funciones de salud pública y seguridad pública" podrían explotarse mediante el "uso de 'patologías de precisión' (capaces de infectar selectivamente objetivos específicos como individuos, comunidades, animales domésticos, ganado, etc.) y un agresivo programa de desinformación", para dañar a una sociedad a todos los niveles y amenazar "la estabilidad y seguridad nacionales".[38]

Y aunque los posibles planes de Google para recopilar información genética siguen siendo oscuros, du Cluzel, refiriéndose a las bases de datos de China y Rusia, se muestra muy preocupado por la "bioseguridad digital" y advierte: "El pirateo de datos biológicos en el mundo académico, la industria y la sanidad ya ha tenido lugar, y los neurodatos están integrados en todos estos ámbitos." [39] Como demuestra el Proyecto Nightingale de Google (véase el capítulo "La recopilación de datos del Proyecto Nightingale de Google"), se están creando bases de datos con información muy variada, pero en el caso de Nightingale, son empresas occidentales las que almacenan estos datos.

El tema de las armas biológicas volvió a estar de actualidad tras la invasión rusa de Ucrania, cuando surgieron acusaciones por parte rusa de que EEUU había creado o financiado laboratorios de armas biológicas en Ucrania. Estos informes fueron calificados de "infundados "[40] y de "teoría de la conspiración "[41] por los medios de comunicación occidentales, pero las acusaciones de la parte rusa y china persisten.[42]

El propio Pentágono respondió en junio de 2022 con un resumen de sus actividades y admitió que se había prestado apoyo a "46 laboratorios pacíficos ucranianos "[43] .

También en este caso es difícil saber qué bando tiene razón. Sin embargo, es cierto que la batalla por la soberanía de la interpretación ya está en pleno apogeo y la cuestión de los posibles laboratorios estadounidenses de armas biológicas forma parte de la actual guerra de la información, como señala acertadamente el periódico *The Guardian*.[44]

La militarización (Weaponization45) de la neurociencia4 6

*"Al comprender mejor los mecanismos cognitivos del cerebro, es decir, la forma en que éste procesa los distintos tipos de información, la neurociencia permitirá optimizar el uso de otras formas de guerra, en particular la guerra de la información. "*4 7

- General de División Philippe Montocchio

*"La capacidad de funcionamiento de las sociedades abiertas -para mantener y renovar las narrativas en las que se basa su fuerza material superior- descarrila rápidamente cuando ciertos procesos cognitivos son objeto de manipulación".*4 8

- Emily Bienvenue, Zac Rogers y Sian Troath

En las posibilidades mencionadas de NBIC en el curso de la guerra cognitiva, el poder duro y el poder blando se solapan y la frontera entre la manipulación (blanda) y la violencia (dura) se vuelve cada vez más difusa.

Este es también el caso de la neurociencia y la ciencia cognitiva, pero aquí la naturaleza real de la guerra cognitiva es más reconocible, a saber, la manipulación total y sin restricciones de los pensamientos y sentimientos humanos.

Así pues, haciendo referencia al experto en seguridad Clint Watts, du Cluzel explica que la guerra cognitiva consiste en impedir desde el principio el desarrollo de conocimientos en un grupo objetivo, y para ello se necesita la ciencia cognitiva.4 9

La guerra cognitiva interviene aquí en la guerra de la información y se dirige contra la capacidad de las personas de saber cualquier cosa o de

construir conocimiento; frustra activamente el conocimiento. Para ello, recurre a la ciencia cognitiva y a la neurociencia, que abarca todas las disciplinas que se ocupan del conocimiento y sus procesos, es decir, la psicología, la lingüística, la neurobiología, la lógica, etc.[50] Como subraya du Cluzel, Estados Unidos sigue siendo el líder en este campo, al igual que en muchas otras áreas de la investigación militar NBIC.[5 1]

Las herramientas de poder blando desarrolladas a partir de la investigación en el campo de la ciencia cognitiva son muy avanzadas y eficaces, por lo que la investigación cognitiva resulta "especialmente atractiva para su uso en tareas militares y bélicas". Como otras naciones quieren ponerse al día en este campo, esto podría desembocar en una nueva carrera de capacidades[52] , en la que la OTAN quiere defender su papel de líder por todos los medios. Para ello, la OTAN debería esforzarse por lograr una "militarización directa de la neurociencia" en la guerra cognitiva, tal y como propone el Innovation Hub.[53] Esta integración de investigaciones en realidad civiles, que en medicina, por ejemplo, tienen como objetivo curar enfermedades, en programas militares ya indica el peligro de una nueva carrera armamentística y de una nueva espiral de escalada de armamento y violencia.

Todavía no se puede prever adónde conducirá esta espiral, pero el objetivo declarado de la OTAN en la guerra cognitiva ya ha sido formulado por el Centro de Innovación de la OTAN: "En los teatros militares/de guerra, la modificación de estas funciones [cognitivas] podría utilizarse para mitigar la agresión y promover cogniciones y emociones de afiliación o pasividad; causar morbilidad, discapacidad o sufrimiento; 'neutralizar' a adversarios potenciales o aumentar la mortalidad", afirma claramente du Cluzel.[54] Está convencido de que el propósito habitual de un arma, "herir, derrotar o destruir", también se aplica a las neuroarmas, que tienen un potencial destructivo similar.[55] La propaganda ya se ha utilizado para "mitigar las cosas que no queremos que hagan nuestros competidores y conseguir que hagan las cosas que queremos que hagan", escribe el experto en

neurociencia James Giordano en un dossier para un taller sobre la guerra cognitiva.[56] Por tanto, la neurociencia puede utilizarse ahora para influir directamente en los "sustratos del cerebro" con "fármacos, microbios, virus, venenos diversos, dispositivos técnicos y datos".[5 7]

Lo que se quiere decir exactamente con esto y cómo podría utilizarse la neurociencia no sólo para manipular la psique, sino para destruirla por completo y "neutralizar" a las personas, queda a menudo impreciso. Por ejemplo, la historia se refiere a "agentes nerviosos y diversas drogas" o incluso a la "privación del sueño (véase [la prisión de tortura estadounidense de] Guantánamo)" y a la "difusión de información emocionalmente provocativa" como parte de las PsyOps - todo lo cual "puede considerarse con razón como formas de aplicación militarizada de la investigación neurocientífica y neurocognitiva", escribe du Cluzel.[5 8]

En una conferencia de 2018, es decir, incluso antes de que la guerra cognitiva se convirtiera en un programa oficial de la OTAN, James Giordano continuó explicando lo que es posible con la militarización de [la neurociencia59] : Es posible influir en individuos, grupos o poblaciones enteras de manera selectiva, pero para ello se necesitan tantos datos como sea posible sobre los respectivos individuos. Además, la militarización de la neurociencia puede utilizarse para hacer más fuertes a los soldados propios y debilitar al enemigo. El experto militar también señala lo diversas que son las nuevas posibilidades: manipulación de pensamientos y sentimientos, incluso mediante la administración de determinadas sustancias o venenos, daños lentos en el sistema nervioso hasta el envenenamiento mortal, provocar el pánico público mediante la propagación selectiva de una enfermedad o causar una "epidemia de apoplejía "[60] , todas ellas posibles áreas de aplicación concebibles mediante la integración de la neurociencia con fines militares.[61] Es importante saber exactamente cómo funciona cada individuo para poder manipularlo aún mejor: "Cuanto más sepa sobre lo que te hace funcionar, mejor podré adaptar mis interacciones contigo para que funciones como yo quiero", afirma Giordano.[6 2]

Por consiguiente, ya existen varias formas de analizar e influir en los pensamientos, sentimientos y comportamientos de personas o grupos con la ayuda de la ciencia cognitiva, y la investigación no deja de progresar. Mientras que el gas nervioso ya se utilizaba en la Primera Guerra Mundial y los métodos de tortura en Guantánamo en pueden remontarse a una especie de "manual de tortura" de la CIA de 1963, el llamado Manual Kubark[63] , los militares siguen utilizando hoy en día los descubrimientos de la neurociencia para técnicas de poder blando y duro cada vez más sofisticadas. Algunas de ellas se utilizan para el control mental, otras para la vigilancia y otras, como los nanorobots, pueden emplearse como forma de dopaje.

Uno de estos experimentos de dopaje ya se ha colado en los libros de texto de psicología moderna: En lo que se conoce como "estimulación cerebral transcraneal "[64] , la estimulación eléctrica de los lóbulos frontales del cerebro aumentó significativamente el rendimiento de la memoria de trabajo.[65] Si se vuelve a pensar en el modelo de la memoria, en el que, metafóricamente hablando, un trabajador clasifica paquetes en una cadena de montaje, esto significa que se puede aumentar el número de paquetes que llegan a la cadena de montaje y son transportados hacia adelante para su procesamiento. Según los investigadores, el efecto duró varios meses y para uno de los científicos participantes en el proyecto, Jonides, se trató de un resultado sorprendente y estimulante a la vez, ya que se espera que esta técnica conduzca a un aumento duradero del aprendizaje.[6 6]

Otra posible aplicación de tecnologías especialmente avanzadas es el seguimiento de pensamientos y sentimientos simplemente observando a las personas, por ejemplo con ayuda de cámaras de vigilancia.

Según informó *The Telegraph* el 4 de julio de 2022, China podría haber dado un gran paso en esta dirección. El periódico hace referencia a un vídeo promocional en el que se afirma que ya es posible reconocer el grado de lealtad y devoción de las personas al Partido Comunista analizando sus rasgos faciales y sus ondas cerebrales. Según el periódico, la inteligencia

artificial puede "leer la mente" y reconocer el "nivel de aceptación de la educación ideológica y política".[6 7]

Es difícil verificar si la información procedente de China es exacta. Lo cierto es que la posibilidad de comprender los pensamientos, emociones e intenciones de las personas simplemente observando su biología también se está debatiendo en la guerra cognitiva.[6 8]

Otro posible uso son las llamadas "armas de energía dirigida "[69] (Directed Energy Weapons), cuyo uso ha sido objeto de especulación durante varios años. En abril de 2022, el diario *Politico* informó de que el Pentágono sospechaba que Rusia estaba detrás de los llamados "ataques de energía dirigida" contra sus tropas en Siria, que habían causado "síntomas similares al resfriado" en los soldados.[7 0]

Ya en 2016 se conoció otro caso. En aquel momento, "casi 50 empleados" de la embajada estadounidense en Cuba habían sufrido una "misteriosa enfermedad", el llamado "síndrome de La Habana", y este incidente también estaba siendo investigado.[71] "Es posible que haya oído hablar del neuroataque a la embajada en Cuba en 2016. Todos sabemos ahora que se trata de algún tipo de arma neuronal, probablemente un arma de energía dirigida", también está seguro du Cluzel.[7 2]

El "arsenal en constante crecimiento y rápido desarrollo de neuroarmas que tienen como objetivo el cerebro "[73] es, por tanto, objeto de intenso debate en la guerra cognitiva.

La neurociencia no solo abre posibilidades de ataque completamente nuevas, sino que la manipulación podría apoyarse cada vez más en la tecnología. En noviembre de 2018, el Foro Económico Mundial entrevistó al profesor de Oxford Antoine Jerusalem sobre la posibilidad de ejercer "control mental con la ayuda de ondas sonoras".[74] Las ondas de ultrasonido podrían usarse para insonificar ciertas partes del cerebro y esta llamada neuromodulación podría entonces usarse para "controlar lo que una persona ve en el ojo de su mente" - similar a los mensajes subliminales de la publicidad, "solo que mucho más fuertes "[75 .]

Por supuesto que existe el riesgo de un uso indebido, afirma Jerusalem, porque esta técnica es "la herramienta de control perfecta para que los despiadados controlen a los débiles "[76] . Sin embargo, subraya que también existe la posibilidad de utilizar estas herramientas para el bien, por ejemplo en medicina, aunque al mismo tiempo insiste una y otra vez en los peligros: "No voy a afirmar que todos los científicos son sabios e inteligentes sobre lo que se debe y no se debe hacer. Algunos vamos tan lejos como podemos. Pero así es la naturaleza humana y no sólo los científicos. "[7 7]

Desde entonces, el artículo ha sido eliminado del sitio web del Foro Económico Mundial y ahora sólo es accesible a través de una función de archivo en Internet.

Sin embargo, el gran interés del Foro Económico Mundial por la posibilidad de controlar a las personas mediante la observación de su actividad cerebral continúa. Por ejemplo, la profesora iraní-estadounidense Nita A. Farahany fue invitada a la reunión anual del FEM en Davos en enero de 2023 para hablar sobre la "transparencia del cerebro "[78] . En su presentación, explicó que ya es posible leer la actividad cerebral de las personas llevando gorras o cintas en la cabeza.[79] Los datos obtenidos de este modo pueden utilizarse para determinar si las personas están felices o infelices, alerta, cansadas o enfadadas, o qué caras están viendo en el ojo de su mente. Incluso es posible leer en voz alta el número PIN del banco cuando se está pensando en él. De este modo, los empresarios pueden controlar a sus empleados para aumentar su productividad . Si los empleados se oponen a estas tecnologías, pueden simplemente dejar su trabajo. "Se trata de un futuro apasionante [...] que ya ha llegado a muchas zonas del mundo", se entusiasmó Farahany.[808 1] Al periodista Hamilton Nolan no le convenció esta visión positiva: "Este año [en Davos] se ha celebrado uno de los debates más espeluznantes de la historia bajo el disfraz del progreso y la productividad", criticó.

La propia Farahany admitió en su presentación que dicha vigilancia también entrañaba peligros: "Si se aplica mal, podría convertirse en la

tecnología más opresiva jamás introducida a gran escala".[8] [2]

Resumen de la guerra cognitiva como tecnología del futuro

"La guerra cognitiva se libra en el campo de batalla de la mente humana. [...]

[Ya ha comenzado, y los capítulos más importantes ya los está escribiendo la creciente convergencia de personas, información y tecnología en nuestras redes sociales".[8] [3]

- "Guerra cognitiva", resumen

Como demuestran las deliberaciones de la OTAN sobre la guerra cognitiva en el campo de las tecnologías del futuro, el desarrollo de herramientas de poder blando ya no se limita a disciplinas como la psicología, los estudios culturales, la historia y las ciencias sociales, sino que la militarización de la investigación abarca cada vez más áreas. La nanotecnología, la biotecnología, las ciencias de la información y las ciencias cognitivas o neurociencias, o NBIC por sus siglas en inglés, revisten especial importancia para el futuro. En la guerra cognitiva, se espera que estas disciplinas ofrezcan posibilidades de manipulación cada vez más novedosas, y también se está hablando de supersoldados o armas de ataque dirigidas a la mente. Ya en 2012, el profesor estadounidense Jonathan D. Moreno reconocía que la importancia de las tecnologías futuristas del futuro para el ejército seguiría aumentando: "La mejora de la eficacia de combate de los soldados, las interfaces cerebro-máquina, el uso de drogas y otros medios para confundir y perturbar al enemigo son los tipos de enfoques que se desarrollarán en las próximas décadas basados en la ciencia de

vanguardia".[84] Más de diez años después, estos enfoques están siendo promovidos enérgicamente, incluso por la OTAN.

En los documentos no queda claro hasta qué punto proyectos como "los vehículos semiautomáticos y el desarrollo de armas biológicas y químicas "[85] -por ejemplo, robots de combate autónomos y armas biológicas dirigidas contra determinados grupos étnicos- forman parte de la guerra cognitiva, aunque se mencionan explícitamente.

Es posible que estas posibilidades sólo se mencionaran en aras de la exhaustividad y que se estén impulsando en el marco de otros programas (como los proyectos DARPA). Por otra parte, la guerra cognitiva trata explícitamente de una combinación de guerra "psicológica-social-técnica" y de "guerra de influencia " utilizando medios digitales.[86] Por tanto, podemos concluir que estamos entrando en una nueva y peligrosa espiral de violencia con las armas autónomas previstas y la fusión de los seres humanos con máquinas de inteligencia artificial87 y formas cada vez más eficaces de matar88 y manipular a las personas.

Es posible que la OTAN consiga cumplir sus propios objetivos en el programa "OTAN 2030" y "mantenerse un paso por delante de los acontecimientos "[89] . Aunque es posible que la alianza militar pueda defender en el futuro su liderazgo tecnológico en el campo de las armas de última generación de poder duro y blando, este liderazgo y una nueva carrera armamentística por medios cada vez más eficaces de matar y manipular no conducirán a la paz.

VI Resumen de la guerra cognitiva

"Hoy en día, la manipulación de nuestra percepción, pensamientos y comportamiento tiene lugar a una escala inimaginable de tiempo, espacio e intencionalidad". 1

- François du Cluzel

"Las dictaduras del futuro serán muy diferentes de las dictaduras que hemos visto en el pasado. [...] Gobernarán obteniendo el consentimiento de la gente a la que gobiernan, pasando por alto el lado racional de las personas y apelando a su subconsciente, a sus emociones más profundas, para que la gente realmente ame su esclavitud. [...] Las dictaduras utilizarán métodos científicos para manipular a la gente. [...] Así que el peligro del nuevo régimen es que la gente sea feliz incluso en situaciones en las que no debería serlo en absoluto" 2

- Aldous Huxley

Después de que en los capítulos anteriores se haya presentado la guerra cognitiva como manipulación en diversos ámbitos y con un número y una "calidad" de armas manipuladoras sin precedentes, quedan por responder dos preguntas muy centrales. En primer lugar, la intención de la guerra cognitiva y la cuestión de si los planes de la OTAN son puramente defensivos o también ofensivos. En segundo lugar, el alcance de la intención de manipular y quién es o debe ser el objetivo de la guerra cognitiva. Antes de discutir estos puntos, queda por concluir el análisis afirmando que ambas cuestiones pueden sonar algo abstractas, pero son de

gran actualidad y explosivas. La guerra cognitiva ya está teniendo lugar hoy en día y su importancia seguirá creciendo en el futuro hasta que quizás -como dijo Aldous Huxley- el poder blando sea en algún momento la única forma de ejercer el poder, porque se puede controlar a las personas hasta tal punto que ya no sea necesaria la fuerza "dura".

Sin embargo, este momento aún no ha llegado y la guerra de la información está en marcha, aunque no siempre sea percibida como tal por todos, y con la ayuda de la educación sobre la guerra cognitiva es posible reconocer su importancia e invalidar así las técnicas de manipulación.

La importancia del poder blando y la guerra cognitiva no deja de crecer

"Atrás quedaron los días en que las guerras se libraban para ganar más terreno. Hoy, el nuevo objetivo es cambiar las ideologías del enemigo, lo que convierte al cerebro en el centro de gravedad de la humanidad." 3

- Marie-Pierre Raymond

La importancia que la OTAN concede a la guerra cognitiva y la determinación con la que impulsa la expansión de su poder de combate psicológico quedan patentes una y otra vez en sus expedientes. Al igual que Aldous Huxley, du Cluzel sueña con métodos de manipulación tan completos que nada se interponga en el camino de la "victoria final". Escribe: "La guerra cognitiva podría ser el elemento que falta para pasar de la victoria militar en el campo de batalla al éxito político duradero. [...] [Sólo] el Dominio Humano (Humain Domain4) puede lograr la victoria final y completa". 5

Como han dejado claro repetidamente los capítulos anteriores, esta "victoria final" en la guerra de la información requiere un amplio

"conocimiento de la psicología de los actores implicados", así como de la "sociología de determinadas poblaciones o grupos "[6] . Además, la "influencia de la cultura en el proceso de toma de decisiones" de los implicados desempeña un papel importante. Al mismo tiempo, es importante estar bien informado no sólo sobre los grupos de personas, sino también sobre los individuos y sus debilidades potenciales. "Errores cognitivos y sesgos, percepción e ilusiones, cibernética y [...] pérdida de control, influencia y poder blando "[7] - todas estas áreas son centrales y describen la parte de la psique humana que yace bajo la superficie del agua como un inconsciente, como un iceberg.

Se está luchando en este terreno y la OTAN está intensificando cada vez más su investigación y militarización en el área del poder blando para poder mantener la ventaja en la guerra por los pensamientos y sentimientos de la gente con todas las armas de manipulación de que dispone.

Como ya apenas se reconocen estas guerras por las mentes y los corazones de la población, está surgiendo otra peligrosa tendencia que podría verse exacerbada por la guerra cognitiva: Los límites entre la guerra y la paz son cada vez más difusos y se están volviendo "totalmente borrosos "[8] . En este contexto, también se habla de "guerra de zonas grises" o "guerra híbrida "[9] .

Todo esto significa que la OTAN considera ahora "obsoleta" la "distinción entre guerra y paz "[10] : "La guerra cognitiva no distingue entre guerra y paz, entre combatientes y no combatientes (todo el mundo es un objetivo potencial), y es perpetua", según el sombrío pronóstico de los estrategas de la OTAN.[11]

Si la OTAN tiene razón en sus predicciones, la guerra cibernética y social aumentará en el futuro y la mente humana será "el objetivo principal "[12] de los esfuerzos militares. En otras palabras, según estos planes, es inminente una ofensiva de manipulación tan amplia que en algún momento será posible "hackear "[13] a las personas como si fueran ordenadores, al menos si los planes de la OTAN son correctos.

La guerra cognitiva como defensa y ataque

Dado que cabe suponer que no los países occidentales, sino muchas naciones y en particular China y Rusia, como desafiantes geoestratégicos de la alianza militar occidental , están desarrollando sus propios programas de manipulación, se plantea la cuestión de si la OTAN está centrando sus esfuerzos en la guerra cognitiva de forma puramente defensiva -lo que sería perfectamente comprensible desde una perspectiva militar- o si también está considerando la posibilidad de utilizar técnicas de poder blando para atacar.

Esta pregunta es fácil de responder: la guerra cognitiva es tanto defensiva como ofensiva.

Así se desprende de varias afirmaciones de los documentos estratégicos. Por un lado, el concurso de innovación se denomina "Countering Cognitive Warfare" (neutralización de la guerra cognitiva), lo que sugiere una postura defensiva.

Por otro lado, también se hace hincapié repetidamente en el carácter ofensivo. Cole y Le Guyader, del Centro de Innovación de la OTAN, por ejemplo, afirman que la OTAN debe elegir entre posicionarse como "actor de defensa" o como "actor de seguridad "[14] , y los autores de un dossier de otoño de 2020 hacen hincapié en que, aunque haya "preparación y defensa contra ataques cognitivos", "sigue habiendo un lado ofensivo que considerar" y deben desarrollarse "estrategias ofensivas" dentro de un concepto marco.[1 5]

du Cluzel también ve un lado defensivo y otro ofensivo en la guerra cognitiva: la OTAN debe ser capaz de "proteger su proceso de toma de decisiones" y al mismo tiempo "perturbar el del enemigo".[16] Junto con Claverie, du Cluzel explica con más detalle las posibilidades ofensivas y defensivas de la guerra cognitiva: "En las acciones ofensivas, se caracteriza por un enfoque dirigido al acoso y la explotación sistemática de vulnerabilidades, mientras que en una postura defensiva implica el desarrollo de capacidades resilientes y preventivas utilizando herramientas similares", según la explicación de los dos autores, que reconocen aquí

correctamente que tanto en el ataque como en la defensa se utilizan técnicas similares de poder blando.[17] Bajo el título "la guerra cognitiva nos rodea", subrayan que se trata de "una mezcla de procesos de ataque bien pensados y de medidas preventivas y de respuesta".[18]

Esta naturaleza de doble filo de la guerra cognitiva como arma de defensa y ataque se ve reforzada por las declaraciones de du Cluzel, que, sin embargo, plantean otra cuestión importante. Escribe: "[Los humanos] son muy a menudo los más vulnerables y esto debería reconocerse para proteger el capital humano de la OTAN, pero también para beneficiarnos de las vulnerabilidades de nuestros adversarios".[19] En este punto, surge la pregunta de quién es el objetivo de la guerra cognitiva. "Todo usuario de las modernas tecnologías de la información es un objetivo potencial. Su objetivo [es decir, la guerra cognitiva] es todo el capital humano de una nación", subraya du Cluzel.[20]

Pero, ¿quién es todo ese capital humano del que habla aquí du Cluzel?

¿Quién es el objetivo de la guerra cognitiva?

Si la guerra cognitiva es tanto defensiva como ofensiva y al mismo tiempo tiene como objetivo "todo el capital humano", entonces la conclusión lógica sería que la guerra cognitiva de la OTAN tiene como objetivo tanto a la población extranjera como a la nacional. A diferencia de la cuestión de si la guerra cognitiva es ofensiva o defensiva, la OTAN sabe muy bien que está pisando sobre hielo delgado. Por eso hay pocas declaraciones concretas sobre la delicada cuestión del grupo objetivo.

Aunque se comunica abiertamente que el objetivo de la guerra cognitiva es "dañar a las sociedades y no sólo a los militares "[21] , esto no significa que también incluya a la población.

Du Cluzel aborda esta cuestión de forma indirecta: La OTAN planea definir un nuevo y sexto teatro de guerra (véase el capítulo "La esfera humana como posible sexto teatro de guerra"), el "dominio humano", en el

que luchar con las armas de la guerra cognitiva, y deja claro aquí que la propia población también puede ser en realidad el objetivo: "El dominio humano de las operaciones (esfera humana como teatro de guerra) se refiere a todo el entorno humano, ya sea amigo o enemigo. "[2 2]

Cole y Le Guyader también se refieren a un posible sexto teatro de guerra y dejan claro que los "incendiarios" de este teatro de guerra podrían estar "dentro y fuera" de sus propias fronteras.[2 3]

En el simposio sobre la guerra cognitiva, el general francés Eric Autellet hace una observación similar. Describe la larga historia de la propaganda de guerra, que ahora va a tener su continuación en la guerra cognitiva, y se refiere tanto a las poblaciones extranjeras como a las nacionales como grupos objetivo:

"Desde Vietnam, a pesar de los éxitos militares, nuestras guerras se han perdido en particular debido a la debilidad de nuestra narrativa (es decir, 'ganar los corazones y las mentes de la gente'), tanto con respecto a la gente sobre el terreno [...] como a nuestra propia población. Con respecto a nuestras acciones hacia un enemigo o un amigo, lo que está en juego es doble, podemos determinar cursos de acción pasivos o activos , teniendo en cuenta los límites y las restricciones de nuestra forma de entender la libertad y nuestra democracia. Con respecto a nuestro enemigo, debemos ser capaces de "leer" la mente de nuestros adversarios para anticiparnos a sus reacciones. Si es necesario, debemos ser capaces de "penetrar" en la mente de nuestros enemigos para influir en ellos y hacer que actúen de acuerdo con nuestros deseos. En cuanto a nuestro amigo (al igual que nosotros mismos), debemos ser capaces de proteger nuestro cerebro y mejorar nuestra capacidad mental de comprensión y toma de decisiones. "[2 4]

Autellet no sólo resume acertadamente en qué consisten la guerra de la información y la guerra cognitiva, es decir, la batalla por los corazones y las mentes de las personas. También destaca su naturaleza de doble filo como arma de defensa y ataque y describe cómo hay que "proteger" el propio cerebro en la guerra cognitiva.

El ganador del Concurso de Innovación en Guerra Cognitiva de la OTAN, John Fuisz y su equipo Veriphix, también da una indicación concreta de quiénes podrían ser los grupos objetivo de la guerra cognitiva. En una diapositiva de su presentación, explica a la OTAN que los cambios en las creencias pueden controlarse "dentro de su ejército" y "dentro de su población", así como "dentro de una población extranjera".[2 5]

Todo esto indica que la OTAN se toma muy en serio su afirmación de que todo el mundo es objetivo de la guerra cognitiva. No sólo la población extranjera, sino también su propia población y, por lo tanto, los pensamientos y sentimientos de cada persona están en el punto de mira de la guerra cognitiva.

En este contexto, se plantea la cuestión de hasta qué punto dicha guerra integral es compatible con una sociedad democrática. En concreto, sería importante examinar si la guerra cognitiva revela la tendencia observada por Sheldon Wolin, por ejemplo. Wolin afirmó en 2008 que la guerra contra el terrorismo ha hecho que "el poder [...] no sólo sea ilimitado en el espacio, sino también en el tiempo".[26] Tal disolución de las fronteras del poder parece ciertamente ser el objetivo de la planificación de la guerra cognitiva, mientras que las preocupaciones de Wolin sobre una amenaza para la democracia apenas son discutidas por los estrategas de la OTAN en relación con el nuevo tipo de guerra.

Conclusión

"Será más difícil explicar por qué alguien debe luchar (cinéticamente) contra otro, pero al mismo tiempo será más fácil 'cambiar' el pensamiento humano de una dirección a otra."[27]

- Dr. Nikolai Stoianov

La guerra mental puede resumirse sucintamente del siguiente modo: "La guerra cognitiva es la forma más avanzada de manipulación mental humana, que permite influir en el comportamiento individual o colectivo con el objetivo de obtener una ventaja táctica o estratégica. En este campo de acción, el cerebro humano se convierte en un campo de batalla", afirma Philippe Montocchio en el simposio sobre la guerra cognitiva.[28]

Se puede atacar a cualquier persona prácticamente en cualquier momento y con todas las armas de poder blando disponibles y futuras. La intención es manipular sus pensamientos, sentimientos, conocimientos, comportamiento y visión del mundo de la forma más completa posible. Un objetivo posible y declarado no es sólo la manipulación, sino también el daño o incluso la destrucción de personas.

En este contexto, queda claro por qué la "esfera humana", el ámbito que "nos define como individuos y estructura nuestras sociedades", va a ser declarado ahora el nuevo y sexto teatro de guerra, que busca específicamente explotar nuestras "vulnerabilidades" como seres humanos.[29]

La lista de posibles campos implicados en los documentos de la OTAN deja claro hasta qué punto este nuevo teatro de guerra podría ser total y global: "Hablamos de ciencias políticas, historia, geografía, biología, ciencias cognitivas, administración de empresas, medicina y salud, psicología, demografía, economía, investigación medioambiental, ciencias de la información, estudios internacionales, derecho, lingüística, gestión, estudios de medios de comunicación, filosofía, sistema electoral, administración pública, política internacional, relaciones internacionales, estudios religiosos, educación, sociología, arte y cultura...", según la lista casi interminable que aparece en dos lugares de los dossieres sobre la guerra cognitiva.[30]

Esto implica a amplios sectores de la población en los planes de guerra cognitiva y la militarización selectiva de campos científicos como la neurociencia .

El siguiente paso de la OTAN es el objetivo declarado de "armar a todos los seres humanos" en la guerra cognitiva31 .

VII Actualidad de la guerra cognitiva y posibles salidas

1 La guerra cognitiva y la guerra de Ucrania

"Lo que me preocupa es que la prensa sensacionalista ayudó a crear la Primera Guerra Mundial y que la radio y los noticiarios ayudaron a crear la Segunda Guerra Mundial. Esperemos que no haga falta una catástrofe política de esta magnitud para que el mundo aprenda a hacer frente a la omnipresencia de la propaganda." 1

- Nicholas Cull

El análisis de la guerra cognitiva ha demostrado hasta qué punto la nueva manipulación pretende impregnar nuestra sociedad y a cada persona. Dado que la guerra mental ya tiene lugar todos los días y está destinada a expandirse cada vez más, al menos según los planes de la OTAN, es importante familiarizarse con ella y conocer este lado oscuro del uso de las técnicas de poder blando. La guerra de Ucrania, que comenzó en febrero de 2022 y es también y sobre todo una guerra de propaganda, como reconocePilger2 acertadamente el conocido periodista John , hace que la guerra cognitiva esté más de actualidad que nunca.

Es una batalla por las mentes y los corazones de la gente, porque la guerra en el campo de batalla sólo puede continuar si el apoyo a la misma no decae entre las poblaciones de todas las naciones implicadas. Todos los bandos luchan por ello cada día y con todos los medios disponibles. En su conferencia "Cognitive Warfare - The battle for their hearts and minds" del 23 de septiembre de 20223 , Markus Reisner, de las Fuerzas Armadas austriacas, explica lo importante que es desde la perspectiva de Ucrania convencer a Occidente de su "muy simple" narrativa, a saber, que Ucrania está defendiendo Europa y nuestros valores occidentales contra la agresión

rusa. La creencia de la población en este mensaje es la base para que Occidente pueda seguir suministrando armas y mantener así la guerra. Rusia también se basa en la creencia en su narrativa, a saber, que no se trata de la guerra entre Rusia y Ucrania, sino de Rusia contra Estados Unidos, la OTAN, Europa... y que es una gran guerra patriótica. 4

Según Reisner, el riesgo ahora es que Ucrania puede ganar en el campo de batalla, pero la narrativa de Rusia prevalecerá y la batalla por los pensamientos y sentimientos de la gente también se perderá en Occidente.

Aunque Reisner insiste en lo importante que es seguir suministrando armas a Ucrania, yo mismo rechazo esta demanda de más armas. Estoy convencido de que cada cual debe decidir por sí mismo cuál de las dos narrativas considera más creíble, pero que, sea cual sea la decisión, tanto la población de Occidente como la de Rusia deben acabar con el deseo de paz y del fin del suministro de armas y de los actos de guerra. Esta convicción puede neutralizar la propaganda de guerra cognitiva de ambos bandos y, por tanto, representa un primer paso hacia la paz.

Del lado oscuro al claro del poder blando

"¿Realmente podemos permitirnos permanecer en silencio?" 5

- John Pilger

Para suprimir este deseo de paz, se utilizan todas las armas psicológicas de manipulación disponibles, algunas de las cuales se describen en este libro. Este lado oscuro del poder blando, que en repetidas ocasiones ha llevado y sigue llevando a la gente a las guerras como manipulación, también tiene tanto éxito porque muchas personas ni siquiera son conscientes de la manipulación. Los "dos mayores aliados" en la guerra cognitiva son, por tanto, la negativa "natural y espontánea" a admitir que uno puede ser

manipulado y que se necesita "energía" y un esfuerzo mental consciente para evitar dicha manipulación, como escribe la propia OTAN. 6

Es cierto y está bien documentado en la investigación psicológica que las personas tienden a subestimar su propia susceptibilidad a la manipulación, mientras que la sobreestiman en otras personas. Este hecho también se conoce como "efecto de tercera persona" ( ). 7

Llegados a este punto, resulta crucial comprender que el poder blando no sólo tiene un lado oscuro, sino también uno luminoso. Aunque la Guerra Cognitiva, tal y como se detalla en el libro, utiliza el poder blando con fines de manipulación y propaganda, muchos de los análisis de los documentos estratégicos de la OTAN también pueden utilizarse para mostrar una salida a la propaganda.

Un primer paso es ser consciente de los dos "aliados" de la guerra cognitiva -es decir, la negativa espontánea a creer que uno puede ser manipulado y la energía necesaria para la resistencia mental- y admitir que todo el mundo puede ser influenciado hasta cierto punto y, a continuación, neutralizar conscientemente esta influencia. El conocimiento de las técnicas de propaganda descritas en este libro, su funcionamiento y los ejemplos de su aplicación representan un primer paso en esta dirección y una protección contra la manipulación y la propaganda. La observación vigilante resultante y el uso del conocimiento de las técnicas propagandísticas como una especie de "gafas" para analizar la información actual y su efecto en nuestra psique, por ejemplo el tratamiento mediático de la guerra de Ucrania, pueden ayudarnos a reconocer la propaganda actual y desactivar así hasta cierto punto la guerra cognitiva.

Un segundo paso consiste en seguir el consejo de los estrategas de la OTAN y adoptar una visión en red de los acontecimientos en todo el mundo. Según Norbou Buchler, los conflictos y las guerras no sólo deben tener en cuenta los aspectos militares, sino también los sociales, (geo)políticos, económicos e informativos.8 Si consideramos el mundo como "una serie de redes interconectadas", esto es como la famosa "píldora roja" de la película "Matrix", que Buchler cita en este punto. Buchler tiene razón, porque el conocimiento de las conexiones geopolíticas, históricas y

económicas puede ayudarnos a ver más fácilmente a través de la manipulación.

El siguiente paso es preguntarse cómo debemos afrontar la guerra cognitiva, y aquí es donde nosotros mismos nos enfrentamos al reto. Emerson Brooking, del Atlantic Council, lo explica así: "Hoy en día, toda guerra es también una guerra de información. Puedes participar activamente en ella o convertirte tú mismo en víctima: no puedes evitarla".9 Por tanto, cada persona puede decidir si difunde propaganda y llama al suministro de armas o a la violencia en las guerras y está de acuerdo con ello, o si mantiene la sensatez y la paz y no permite que los mensajes emocionales inciten a la violencia. Esto significa que cada individuo tiene un papel mucho más importante de lo que él mismo podría pensar. Porque en su vida personal y reforzado por internet, todo el mundo puede hacer campaña activa por la paz y educar así a sus amigos, familiares o incluso a completos desconocidos sobre la manipulación, la mentira y la violencia. "Internet y las redes sociales están difuminando rápidamente la distinción tradicional entre 'el propagandista' y 'el público objetivo'", afirman los dos investigadores Walness y Berk. Es "peligroso" poder "influir en los demás a través de las redes personales" y compartir "contenidos propagandísticos", porque las personas que conocemos bien o que son especialmente influyentes confían en nosotros mucho más fácilmente.10

Esto demuestra lo fuerte que es la influencia de cada individuo a la hora de educar a sus semejantes; que esta educación se tache de propaganda "mala" o de compromiso con la paz está en el ojo del que mira .

Para apoyar este esfuerzo y demostrar técnicas eficaces que pueden ayudar a eludir la guerra cognitiva, la siguiente sección muestra el lado más ligero del poder blando: proporciona información valiosa sobre cómo cada uno puede enfrentarse a la guerra cognitiva y examinar críticamente las técnicas de manipulación. Al final, queda claro que ninguna técnica de poder blando es infalible y que la resistencia a la propaganda bélica siempre es posible.

El lado luminoso del poder blando

"Nuestros tiempos no necesitan el espíritu de McKinley o Grover Cleveland, [...] sino el espíritu de Frederick Douglass, el espíritu de Thoreau, de Eugene Debs."[1] [1]

- Howard Zinn

"Han creado [los recientes avances en investigación] una situación sin precedentes en la historia de la humanidad en la que individuos o pequeños grupos pueden poner en peligro el éxito de las operaciones militares."[1] [2]

- François du Cluzel

El lado más ligero del poder blando es fácil de entender si se piensa en las herramientas de manipulación como lo que son: herramientas. Son como cualquier otra herramienta, pueden utilizarse con fines positivos o negativos. Por ejemplo, se puede utilizar un martillo para romper el cristal de una ventana (o algo peor), pero también se puede clavar un clavo para construir una casa.

Del mismo modo, las técnicas de poder blando pueden utilizarse para llevar a la gente a la guerra, o los resultados de la investigación sobre el poder blando pueden utilizarse para empoderar a la gente y mostrar vías para salir de la manipulación.

Que es posible escapar a la manipulación lo demuestra un movimiento pacifista cada vez más presente incluso en tiempos de la propaganda moderna. Si fue posible para Eugene Debs en EEUU resistir a la propaganda de la Comisión Creel durante la Primera Guerra Mundial, una actitud similar es igualmente posible para nosotros hoy en día.

Sorprendentemente, en los dosieres sobre la guerra cognitiva hay muchas ideas valiosas que se pueden utilizar para neutralizarlas uno mismo. Un

primer paso crucial es admitir la posibilidad de manipulación y reconocer la propaganda de guerra como tal. Sólo a través de la ignorancia y la confianza en los medios de comunicación y las autoridades que promueven activamente la guerra se puede dirigir a la población.

Sin embargo, reconocer la manipulación y dar este primer paso y "despertar" no es fácil. Este despertar lleva tiempo y puede asustar, como también reconocen los expertos de la OTAN, que a su vez quieren utilizar la resistencia de la gente a cambiar puntos de vista conocidos para sí mismos y su propaganda. "La reflexión o la verificación deductiva requieren tiempo, del que a menudo no disponen los actores", escriben, y por ello existe esta resistencia natural a admitir la manipulación.[1 3]

También es "costoso" renunciar a las ideas y "teorías establecidas" una vez que se han adquirido, y esto es "especialmente aterrador si no se dispone de una teoría alternativa".[14] Cualquiera que sostenga una opinión alternativa debe esperar una "resistencia notable", ya que la gente es reacia a cambiar toda su visión del mundo, pero debe hacerlo si quiere escapar de la propaganda de guerra.

Los autores tienen razón, y efectivamente para muchas personas "despertar" es un proceso largo y a veces aterrador, y a menudo también hay que enfrentarse a un entorno incrédulo que no quiere tomar el camino para salir de la manipulación. Se pueden visualizar los procesos psicológicos que intervienen en el proceso de despertar imaginando una marioneta con muchos hilos de los que cuelgan las personas durante el éxito de la manipulación y de los que se tira. Si se cortan los hilos de una marioneta, ésta cae al suelo y permanece allí inmóvil. Los seres humanos también perdemos inicialmente el equilibrio cuando renunciamos a puntos de vista conocidos o apreciados, volviéndonos inseguros y desorientados. Quizá algunas personas se sientan como el personaje de Cypher de la primera película de "Matrix": no soporta la realidad y sólo quiere olvidar y volver a Matrix, aunque eso signifique volver a la ilusión.

Pero los seres humanos no somos marionetas y no nos quedamos tirados en el suelo cuando ya no tenemos hilos que tiren de nosotros. Podemos

caminar (aprender) por nosotros mismos y decidir por nosotros mismos. El mundo tampoco es oscuro y gris como en la película "Matrix", sino que es hermoso y en merece la pena implicarse en su preservación y en la paz del mundo.

Pero, ¿qué podemos hacer cuando nos sentimos inseguros o asustados, cuando hemos perdido el norte y nos sentimos como una marioneta sin hilos, tirada en el suelo e impotente?

Empoderamiento y mirada hacia dentro

"No soy lo que me pasó. Soy lo que decido ser. [...]

Sólo los que miran dentro de su corazón ven las cosas como realmente son. Los que miran hacia fuera están dormidos. Los que miran hacia dentro despiertan".

- Carl Gustav Jung

La capacitación puede ayudarnos a dar los siguientes pasos. Su idea básica es que las personas pueden fortalecerse preguntándose qué pueden hacer ellas mismas. Debes centrarte menos en lo que no puedes hacer o cambiar y más en lo que puedes cambiar en tu pequeño microcosmos diario.

Qué es exactamente eso varía de una persona a otra, y también debemos esforzarnos por averiguar qué nos motiva, una importante lección de la psicología motivacional y el lado más ligero de la investigación sobre el poder blando, . Al igual que el psicólogo profundo Carl Gustav Jung, recomienda mirar hacia dentro y preguntarse: ¿en qué soy bueno, qué me hace sentir bien, qué me caracteriza? ¿Quién soy en realidad y qué puedo conseguir? Las respuestas son diferentes para cada persona y a menudo revelan un increíble margen de acción: Para algunos, es consumir medios de comunicación que no difundan propaganda bélica y llamen a la paz, para otros es repartir octavillas o difundir medios de comunicación pacíficos,

para otros es cultivar sus propias frutas y verduras o tratarse a sí mismos y a sus semejantes con respeto, y hay muchas más posibilidades.

Hoy en día, a menudo las personas ya no se plantean estas preguntas, por lo que se necesita práctica para escuchar nuestra propia voz interior y sacar de ella la fuerza que nos levanta y nos da energía cuando emprendemos el camino para salir de la manipulación. A algunas personas les va bien meditar, otras hacer deporte y pasar mucho tiempo en la naturaleza o con sus semejantes: todo ello puede ayudarles a encontrar el camino de vuelta a sí mismas. Por eso, un conocido mensaje del Oráculo de Delfos es: "¡Conócete a ti mismo!".

También es importante dar la espalda de vez en cuando a las distracciones de Internet, porque la distracción constante y el tiempo pasado en el "escenario delantero" de la vida, donde dominan la autoexpresión y las apariencias, pueden hacer que sea fácil perder el contacto con el verdadero yo en el "escenario trasero". Shoshana Zuboff cree que la presión constante de las redes sociales para presentarse a uno mismo pretende matar el "impulso interior hacia la autonomía y el trabajo igualmente agotador y emocionante sobre un yo autónomo como fuente de juicio moral "[15] , y sería este juicio el que puede ayudar a reconocer y neutralizar la propaganda y la guerra cognitiva y permitirnos "plantar cara a un poder que se ha descontrolado "[16] .

Zuboff reconoce la importante lección de la psicología de que debemos "volver por fin la mirada hacia dentro" para reconocernos a nosotros mismos y nuestras posibilidades en términos de empoderamiento.

Trabajar en red da valor

Mientras que el empoderamiento nos fortalece mirando hacia dentro y hacia nuestro propio microcosmos, el experimento de Asch revela otro recurso crucial que podemos utilizar para fortalecernos en nuestra resistencia a la propaganda. Por un lado, el experimento (véase el capítulo "El rebaño de ovejas") demuestra la posibilidad de controlar a la gente mediante el

instinto de rebaño. Por otro lado, sin embargo, muestra cómo podemos escapar a esta manipulación. Para que la manipulación funcionara y los sujetos de prueba fueran inducidos a hacer afirmaciones claramente falsas, el grupo que debía influirles en el experimento tenía que estar lo más unido posible en sus afirmaciones falsas. Este importante principio de la propaganda, según el cual se necesita un frente unido para engañar, contiene un antídoto sencillo e igualmente eficaz: hay que romper el frente unido y buscar personas afines. Si, dentro de un grupo numeroso de participantes que dieron la respuesta errónea en el experimento de Asch, sólo otra persona daba la respuesta correcta, el número de sujetos de prueba que se dejaron engañar disminuía notablemente.

Esto significa que es de gran ayuda para cualquiera que busque formas de neutralizar la guerra cognitiva encontrar personas que piensen de la misma manera. No tiene por qué tratarse de un grupo grande; la creación de redes en un grupo más pequeño o en parejas suele ser suficiente para fortalecerse mutuamente y construir una defensa psicológica contra la propaganda, a menudo despiadada. Stanley Milgram también descubrió en sus experimentos que el "apoyo mutuo que las personas se ofrecen entre sí [...] es el baluarte más fuerte" contra los intentos de manipulación17 .1 8

Nunca debemos subestimar nuestra propia fuerza: Si sabemos lo fuertes que pueden ser las voces individuales de la razón dentro de un mar de mentiras y lo lejos que se oyen, entonces cada individuo que adopta una postura contra la propaganda de guerra es muy valioso y puede permitir que otros se resistan también a la propaganda. Esto requiere valentía, y esa valentía la encontramos en nosotros mismos y en el diálogo con personas de ideas afines.

Empatía y renuncia a la violencia y la manipulación

"En términos generales, me gustaría que el no experto se llevara de mi estudio el mensaje de que muchos de los participantes de Milgram se resistieron con éxito a la figura de autoridad y que las técnicas particulares que utilizaron (por ejemplo, la Regla de Oro, [...]

etc.) podrían resultar poderosas en una amplia gama de situaciones no relacionadas con Milgram que implican relaciones tóxicas entre la autoridad y sus súbditos. "1 9

- Eric W. Dolan

Además de estas percepciones de los "puntos débiles" del experimento de Asch, también podemos aprender mucho de Milgram sobre la neutralización de la propaganda y la guerra cognitiva.

Milgram descubrió que, en sus experimentos, las personas sentían muy a menudo su conciencia, pero que ésta podía ser suprimida por el efecto de la autoridad20 , que a menudo estaba asociada a fuertes contradicciones internas para sus sujetos de prueba. Esta idea básica de que la mayoría de las personas tienen una "empatía "21 natural y son capaces de sentir empatía puede guiarnos para tratar a nuestros semejantes con empatía y aprecio, independientemente de sus opiniones o puntos de vista, e incluso si ellos mismos pueden estar más fuertemente influidos por la propaganda.

También puede ayudarnos a nosotros y a nuestros semejantes a volver juntos a ese origen humano y pacífico que todos llevamos dentro y que hay que reprimir o burlar con mucho esfuerzo a través de la propaganda. Este retorno a nuestra propia fuerza y paz también forma parte del empoderamiento.

Milgram también se dio cuenta de que cuanto más cerca están de nosotros la violencia y el sufrimiento, mayor es nuestra resistencia: En realidad, no queremos infligir dolor a otras personas, y es sólo a través de palabras abstractas como "daños colaterales" -que con razón fue votada como la no-palabra del año en 199922 - o a través de la guerra teledirigida con drones, que puede conducir a más violencia23 , que las personas pueden ser conducidas una y otra vez a guerras, cuyo trasfondo a menudo no comprenden y que causan mucho sufrimiento y muerte.

Por lo tanto, puede ayudar no pasar por alto estos efectos concretos de la guerra , sino sensibilizar repetidamente a la gente sobre el sufrimiento y la muerte sobre el terreno y neutralizar así la aprobación de la guerra causada por la guerra cognitiva.

Esta empatía con las víctimas y el acto activo de rechazar la guerra requieren valor. El "coste psicológico" de rechazar órdenes "es considerable "[24] , señaló acertadamente Milgram, refiriéndose a los "poderosos métodos de influencia social "[25] de obediencia y conformidad. Es importante comprender que, aunque se trata de métodos eficaces, no son infalibles, y que cualquier forma de propaganda puede neutralizarse con el conocimiento y la fuerza interior necesarios.

Por tanto, la obediencia y la aceptación de la propaganda bélica y la violencia sólo parecen ser el camino más fácil a primera vista, y depende de todos y cada uno de nosotros reunir el valor y la fuerza para resistir la propaganda y la guerra cognitiva y defender la paz que todos llevamos dentro, incluso frente a la resistencia.

Resumen

*"Nunca antes los individuos **y las** minorías comprometidas habían tenido a su disposición un poder tan increíble. "*[26]

- August Cole y Hervé le Guyader

La presentación del lado positivo del poder blando y de los hallazgos de la psicología positiva y la investigación motivacional podría seguir y seguir. Sin embargo, esta primera visión de técnicas y consejos especialmente

eficaces puede contribuir a infundir valor y aportar el conocimiento y la fuerza necesarios para resistir la guerra cognitiva en la vida cotidiana.

Entonces, ¿qué podemos hacer? Resumiendo los capítulos anteriores, podemos decir que, en primer lugar, necesitamos saber que la propaganda y la manipulación existen y que, en la guerra de la información, a menudo pretenden dirigir nuestros pensamientos y sentimientos sin que nos demos cuenta. Para ser consciente de estas técnicas, ayuda conocer las herramientas tal y como se presentan aquí en el libro. Cuando explico las últimas armas de manipulación en mis conferencias y talleres, a menudo recibo comentarios de que es precisamente esta nueva conciencia y conocimiento del poder blando lo que ayuda a la gente a neutralizar la propaganda. Además, un análisis sensato y con múltiples perspectivas de la situación puede ayudar; esto significa no dejarse alimentar por la propaganda emocional, sino observar siempre el trasfondo económico, financiero y geopolítico de un conflicto. Cuanto más conozcamos el verdadero trasfondo de los conflictos y las técnicas de manipulación, más difícil será que la guerra cognitiva nos guíe.

Esto suele requerir un "proceso de despertar", y este camino para salir de la manipulación es largo y puede resultar inquietante, aterrador y agotador. Aquí es crucial no sobrecargarse y tomarse el tiempo necesario. Puedes y debes centrarte en ti mismo, mirar hacia dentro y sentir conscientemente tu propia fuerza y la empatía que todos poseemos. No sólo encontramos la fuerza dentro de nosotros mismos, sino también nuestros propios talentos y posibilidades para darnos el valor de descubrirnos y desarrollar energía de nuevo. Lo que luego descubrimos para nosotros mismos en cuanto a tareas y posibilidades de acción varía de una persona a otra: cada cual puede establecer aquí prioridades diferentes y aportar sus puntos fuertes de forma valiosa en su compromiso con la paz interior y exterior.

Y por último, los experimentos de Milgram y Asch demuestran el valor de la empatía y de la concienciación sobre el sufrimiento humano, que a menudo se desencadena por la manipulación y las guerras. Si conseguimos trabajar en red con los demás y brillar juntos como una luz incluso en tiempos oscuros, podremos utilizar nuestra luz para invalidar visiblemente

la propaganda de muchas otras personas. Esto nos da fuerza, nos da valor y también ayuda a nuestros semejantes a escapar de la guerra cognitiva.

Al fin y al cabo, el proceso de despertar individual y colectivo y la comprensión de la propaganda son la base de un cambio en la mente y el corazón de las personas que puede tener un impacto directo en la propia guerra y allanar así el camino hacia la paz que todos deseamos.

VIII Reconocer, comprender y neutralizar las armas manipuladoras de la guerra cognitiva: una visión general

Las armas manipuladoras de la guerra cognitiva de la OTAN se explican en varios puntos del libro. Para mayor claridad, aquí encontrarás una lista de las técnicas de poder blando explicadas en detalle en el libro. Su objetivo es ayudarte a reconocer más fácilmente la guerra cognitiva para que puedas protegerte mejor contra ella y neutralizarla en cierta medida.

- La psicología profunda sirve de base para la que probablemente sea el arma de manipulación más importante: *la influencia selectiva del inconsciente* de la psique humana. Como ocurre con un iceberg, una gran parte de nuestros pensamientos y sentimientos se encuentran "bajo la superficie del agua", y aquí podemos ser influidos de tal manera que a menudo ni siquiera nos damos cuenta de que estamos siendo controlados. Un ejemplo de ello es la llamada "propaganda de atrocidades", que acusa al enemigo de las peores atrocidades en la guerra, mientras que nuestros propios soldados nunca cometen tales crímenes.
- En estrecha relación con esto está la idea de la psicología de masas, que afirma que los grandes grupos de personas o una población son particularmente fáciles de controlar *apelando específicamente a sus sentimientos profundos*.
- Sabemos por el conductismo que la gente aprende a través de *la repetición* y *relaciona* cosas diferentes que se presentan juntas una y otra vez. En la propaganda, por ejemplo, se repite constantemente en todos los canales que el enemigo es el mal personificado, mientras que tú mismo luchas por una buena causa.
- Las personas también aprenden a través de la *recompensa y el castigo*, y es más probable que quienes sufren el rechazo social o el ostracismo por hablar contra la guerra y la violencia se vean

persuadidos por estas consecuencias negativas a no hablar, pero esto es especialmente importante en tiempos de guerra.

- *El poder del lenguaje y las palabras* es otra arma de manipulación: los pensamientos y sentimientos de la gente pueden canalizarse mediante el uso selectivo de palabras positivas o negativas. Por ejemplo, a las personas pacíficas se les solía llamar "espías del emperador" (durante la Primera Guerra Mundial en Estados Unidos) o "comunistas" (durante la Guerra Fría); hoy en día, palabras como "teórico de la conspiración" o "carnicero" son una forma popular de devaluar a los críticos de la guerra o a los presidentes opositores.
- El uso preventivo de estos términos puede proteger a las personas de información no deseada o "inmunizarlas" contra ella, es decir, "*vacunarlas*". Por ejemplo, existen programas educativos en las escuelas en los que se enseña a los alumnos a reconocer y rechazar las "teorías de la conspiración" incluso antes de que entren en contacto con el contenido correspondiente.
- La psique humana puede dirigirse de forma similar a como se dirige un rebaño de ovejas: La gente sigue a *las personas con autoridad* o que son conocidas, igual que el rebaño de ovejas sigue al pastor. La gente también sigue al grupo, lo que también se denomina *instinto de rebaño* en la investigación . Esto requiere *que los medios de comunicación informen de la manera más uniforme posible*, ya que el efecto del instinto de rebaño se desvanece si hay informes contradictorios. Y al igual que las ovejas temen al perro pastor, también se puede dirigir a las personas en la dirección deseada a través del *miedo y las situaciones de amenaza*.
- Como un rebaño de ovejas, los humanos también somos perezosos por naturaleza, y esta *tendencia al statu* quo puede fomentarse específicamente. Esto también va de la mano con el hecho de que nos gusta aferrarnos a nuestras creencias y somos difíciles de

convencer con información en la que antes creíamos - la inoculación también se basa en esto.

- Al igual que Neo en la película "Matrix", la guerra cognitiva también es consciente del poder de nuestro entorno y de cómo se puede controlar a las personas influyendo en su entorno y en la información que reciben (o no reciben). *El control selectivo del flujo de información* es, por tanto, una técnica central de la guerra cognitiva. Funciona independientemente de si la información presentada es verdadera o falsa o de si la imagen general que presenta es verdadera o falsa.
- Además de controlar la información, *dirigir la atención* es también una importante arma de manipulación. En la guerra, por ejemplo, se hace especial hincapié en los crímenes de guerra del enemigo, mientras que los crímenes propios se dejan de mencionar en la medida de lo posible. Un ejemplo actual es el hecho de que, aunque se critica duramente y con razón la guerra ilegal de agresión de Rusia, no se suele mencionar el hecho de que los países de la OTAN también han librado muchas guerras de agresión en los últimos 20 años.
- La propaganda puede tener un efecto a corto plazo, pero también existen esfuerzos de manipulación a muy largo plazo en la guerra cognitiva que tienen como objetivo toda la *visión del mundo de* un miembro de la población. Una de esas visiones del mundo sería la de que la OTAN es vista como la defensora de los valores occidentales - desde la perspectiva de la OTAN, esa visión del mundo es deseable y puede influir directamente en el éxito o fracaso de las operaciones militares.
- Esto va de la mano *del control de las narrativas*. Las narrativas son historias que explican e interpretan determinados acontecimientos del mundo. Como ya se ha mencionado, una de esas narrativas es que la OTAN defiende los valores occidentales, que Ucrania lucha por la democracia o que Rusia sólo se defiende

de la expansión occidental y de la amenaza que supone la expansión de la OTAN hacia el este. Estos ejemplos demuestran que existen narrativas y, por tanto, visiones del mundo completamente contradictorias. Otro ejemplo es la narrativa de que Estados Unidos voló los oleoductos Nord Stream 1 y 2.1 A esto se contrapone la narrativa de que Rusia podría estar implicada en la voladura de los oleoductos2 o que un grupo proucraniano está implicado3 . Este ejemplo demuestra que las diferentes narrativas pueden ser mutuamente excluyentes. Por tanto, en la guerra cognitiva se libra una feroz batalla por la soberanía de la interpretación y la narrativa "correcta".

- Internet ha creado oportunidades completamente nuevas para la manipulación digital: La gente revela mucho sobre sí misma en Internet sin que nadie se dé cuenta, y esta información puede utilizarse para la manipulación psicológica selectiva, conocida como *micro-targeting*. Otra técnica de propaganda digital son los "*ejércitos de trolls*" o cibersoldados, es decir, especialistas que pasan todo el día en internet y difunden propaganda bélica en las redes sociales, por ejemplo.
- Las armas de manipulación más modernas de la guerra cognitiva giran actualmente en torno al campo de las ciencias NBIC: Nanotecnología, biotecnología, ciencias de la información (es decir, ordenadores e Internet) y ciencias cognitivas o neurociencias. El objetivo es utilizarlas para *nuevas formas de controlar* y *dirigir los pensamientos*, así como para *dopar* o *dañar* a los soldados propios o extranjeros o a la población utilizando *drogas*, *venenos* o *nanotecnología*. *Las armas biológicas* o la *conexión de personas con ordenadores* también entran en este ámbito. Algunas de estas armas de manipulación ya existen hoy en día, mientras que en otras se trabaja actualmente a toda velocidad.

Epílogo

La razón por la que he escrito este libro es sencilla: un estudio minucioso de las guerras y los conflictos violentos demuestra que nunca conducen a más paz, felicidad y justicia. En lugar de derechos humanos y democracia, las guerras causan un sufrimiento, una destrucción, una muerte y un trauma inconmensurables, que a menudo se tarda varias generaciones en superar. Por tanto, si reconocemos que la violencia no es un medio adecuado para resolver los conflictos, rechazaremos decididamente las guerras. Pero al mismo tiempo, estas guerras sólo son posibles manipulando las mentes y los corazones de las personas con propaganda antes, durante y a menudo incluso después de los combates, dividiendo a las poblaciones y sembrando el odio y la desvalorización (a menudo con mentiras de guerra inventadas). Quien rechaza las guerras debe, por tanto, rechazar también la propaganda de guerra.

Tras haber estudiado a fondo muchas guerras y campañas de propaganda, estoy convencido de que ni las guerras ni el poder duro ni el poder blando y la propaganda asociados son un medio de resolución de conflictos. Por lo tanto, no quiero que una alianza militar pueda persuadir a la gente para que apoye las guerras mediante "la forma más avanzada de manipulación "[1] .

Esto se aplica a todas las alianzas militares, independientemente de si se trata de la OTAN, el ejército ruso, el chino o cualquier otro ejército del mundo.

No necesitamos más armas de manipulación o poder blando ni más violencia en el futuro. Lo que necesitamos, en cambio, es una interacción honesta y respetuosa entre nosotros ( ), una reevaluación concienzuda de las mentiras de la guerra, educación sobre técnicas de poder blando y comunicación interpersonal a la altura de los ojos, sin violencia ni manipulación.

Espero que mi libro pueda contribuir a ello.

Observaciones

Introducción

1 Salvo que se indique lo contrario, las fuentes inglesas han sido traducidas por el autor.

2 Claverie, Bernard & Du Cluzel, François (2022). "Cognitive Warfare": the Advent of the Concept of "Cognitics" in the Field of Warfare. En Claverie, Bernard; Prébot, Baptiste; Buchler, Norbou & Du Cluzel, François (eds.), *Cognitive Warfare: The Future of Cognitive Dominance*. NATO-STO Collaboration Support Office (pp. 25-32), p. 25.

3 El término "guerra cognitiva" es sinónimo de "guerra cognitiva". Ambos términos se utilizan para facilitar la lectura.

4 LinkedIn: *Francois du Cluzel*.

5 NATOCanada (5 de octubre de 2021). *Canada - NATO Innovation Challenge Fall 2021: Cognitive Warfare* [Vídeo]. YouTube.

6 Du Cluzel, François (2021). *Cognitive Warfare*. Innovation Hub, p. 34. Cabe destacar que aún no se trata de una publicación oficial de la OTAN. Du Cluzel escribió para el NATO Innovation Hub, un think tank afiliado a la OTAN que, por razones legales, no forma parte oficialmente de la alianza militar, aunque esté financiado por ella.

7 Du Cluzel, François (2021). *La guerra cognitiva*. Innovation Hub, p. 34.
3 Bienvenue, Emily; Rogers, Zac & Troath, Sian (20 de septiembre de 2018). Guerra cognitiva. La guerra cognitiva es la lucha que tenemos y debemos reorientarnos para afrontar este reto. *The Cove*. 9 NATO (4 de octubre de 2022). Países miembros. *Nato.int*. 10 Nye, Joseph S. (1997). *Understanding International Conflicts. An Introduction to Theory and History*. Longman, p. 187. 11 RT (7 de noviembre de 2014). La OTAN es una fuerza de intervención dirigida por Estados Unidos. Noam Chomsky entrevistado por Sophie Shevardnadze. *Chomsky.Info*. 12 Zumach, Andreas (1 de julio de 2016). El sueño defraudado de una casa común europea. *Infosperber*. Gorbachov, Mijaíl (1989). *La casa común de Europa y el futuro de la perestroika*. Econ. 13 Hoffman, David (6 de marzo de

200). Putin Says "Why Not?" to Russia Joining NATO. *The Washington Post*; Rankin, Jennifer (4 de noviembre de 2021). Ex-Nato head says Putin wanted to join alliance early on his rule. *The Guardian*. 14 Schreyer, Paul (18 de julio de 2022). Formación masiva de la conciencia mundial. *Multipolar*. 15 Urmbersbach, Bruno (4 de abril de 2022). Gasto militar total de los países de la OTAN de 2011 a 2021 (en miles de millones de dólares estadounidenses). *Statista*. 16 Departamento de Investigación de Statista (27 de julio de 2022). Clasificación de los 20 países con mayor gasto militar mundial en 2021 (en miles de millones de dólares estadounidenses). *Statista*. 17 Tögel, Jonas (4 de julio de 2022). Cognitive Warfare - NATO and the "hacked" individual. *Telepolis*. 18 Cita de Walter Lippmann: Galese, Tay (1966/1981). *The Kingdom and the Power*. Dell, p. 534. 19 Deci, Edward L. & Ryan, Richard M. (1985). *Instrinsic Motivation and Self-Determination in Human Behaviour*. Plenum Press, 1985, p. 5 y ss. 20 Ryan, Richard M. (2009). Teoría de la autodeterminación y bienestar. *Social Psychology*, 84, p. 848. 21 Claverie, Bernard & Du Cluzel, François (2022). "Cognitive Warfare": the Advent of the Concept of "Cognitics" in the Field of Warfare. En Claverie, Bernard; Prébot, Baptiste; Buchler, Norbou & Du Cluzel, François (eds.), *Cognitive Warfare: The Future of Cognitive Dominance*. NATO-STO Collaboration Support Office (pp. 25-32), p. 25. 22 Lüders, Michael (2015). *Quién siembra el viento. Qué hace la política occidental en Oriente*. C. H. Beck. 23 Centro de Excelencia de Comunicación Estratégica de la OTAN. *Acerca de las Comunicaciones Estratégicas*. 24 Cole, August & Le Guyader, Hervé (2020). *NATO's 6th Domain of Operations*. Innovation Hub, p. 8. Cabe destacar que aún no se trata de una publicación oficial de la OTAN. 25 Nye, Joseph S. (2004). *Soft Power: The means to success in world politics*. Public Affairs, p. 11. 26 Carr, Hope (2019): Soberanía ártica y guerra de la información. El nuevo espacio de batalla en el Norte. *The Three Swords Magazine-NATO Joint Warfare Center*, 34, pp. 83-89. 27 CBS Interactive Inc. (13 de abril de 2017). Estados Unidos lanza la "madre de todas las bombas" en Afganistán, marcando el primer uso del arma. *CBS News*. 28 Ulz/dpa (15 de abril de 2017). Ataque aéreo estadounidense en Afganistán. Aumenta el número de muertos por la bomba "Moab". *Spiegel Online*. 29 Ulz/dpa (15 de abril de 2017). Ataque aéreo de EEUU en Afganistán. Aumenta el número de muertos por la bomba "Moab". *Spiegel Online*. 30 Nye, Joseph S. (1997). *Understanding International Conflicts. An Introduction to Theory and History*. Longman, p. 251. 31 U. S. Naval Institute. *Michael D. Matthews*. 32 Matthews, Michael D. (31 de agosto de 2014). Psicología y una estrategia militar menos

letal. Un nuevo enfoque para la guerra y la paz. *Psychology Today*. 33 Matthews, Michael D. (31 de agosto de 2014). Psicología y una estrategia militar menos letal. Un nuevo enfoque para la guerra y la paz. *Psychology Today*. 34 NATO (31 de agosto de 2022). La OTAN y Afganistán. *Nato.int*. 35 Pomerantsev, Peter (9 de septiembre de 2014). Russia and the Menace of Unreality - How Vladimir Putin is revolutionising information warfare (Rusia y la amenaza de la irrealidad: cómo Vladimir Putin está revolucionando la guerra de la información). *The Atlantic*. 36 LinkedIn: *Francois du Cluzel*. 37 Cole, August & Le Guyader, Hervé (2020). *NATO's 6th Domain of Operations*. Innovation Hub, p. 30. 38 Roger, Zac (1 de julio de 2019). En la guerra cognitiva - ¡El arma eres tú! *Laboratorio del Científico Loco*. 39 Communication U (18 de julio de 2018). *Robert Cialdini con Larry King* [Vídeo]. Vimeo. 40 Tögel, Jonas (2021). *Poder blando y motivación en el contexto escolar*. Editorial Schneider. 41 Asendorpf, Jens (2005). *Psicología de la personalidad*. Springer Verlag, p. 24. 42 Cialdini, Robert (2021). *La psicología de la persuasión*. Hogrefe Verlag, p. 19. 43 Ball State University Libraries (16.06.2020). *Entrevista a Edward L. Bernays, 1986-10-23* [Vídeo]. YouTube. 44 Fischer, Lorenz & Wiswede, Günter (2009). *Fundamentos de psicología social*. Walter de Gruyter GmbH, p. 615. 45 Shepard, Roger N. (1990). *Mind sights: Ilusiones visuales originales, ambigüedades y otras anomalías, con un comentario sobre el juego de la mente en la percepción y el arte*. Freeman. 46 Imagen de Roger N. Shepard (Tablas), CC BY-SA 4.0 (https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/legalcode), archivo: Table shepard.preview.jpg (https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Table_shepard.preview.jpg), Wikimedia Commons. 47 Thaler, Richard H. & Sunstein, Cass R. (2019). *Nudge. Cómo iniciar decisiones inteligentes*. Ullstein Taschenbuch, p. 33. 48 Claverie, Bernard (2022). ¿Qué es la cognición? Y cómo convertirla en uno de los Caminos de la Guerra. En Claverie, Bernard; Prébot, Baptiste; Buchler, Norbou & Du Cluzel, François (eds.), *Cognitive Warfare: The Future of Cognitive Dominance*. NATO-STO Collaboration Support Office (pp. 39-58), p. 45

I Cronología de la guerra cognitiva

1 Le Guyader, Hervé (2022). Dominio cognitivo: ¿Un sexto dominio de operaciones? En Claverie, Bernard; Prébot, Baptiste; Buchler, Norbou & Du

Cluzel, François (eds.), *Cognitive Warfare: The Future of Cognitive Dominance*. NATO-STO Collaboration Support Office (pp. 33-38), p. 33.

2 Claverie, Bernard & Du Cluzel, François (2022). "Cognitive Warfare": the Advent of the Concept of "Cognitics" in the Field of Warfare. En Claverie, Bernard; Prébot, Baptiste; Buchler, Norbou & Du Cluzel, François (eds.), *Cognitive Warfare: The Future of Cognitive Dominance*. NATO-STO Collaboration Support Office (pp. 25-32), p. 26.

3 Le Guyader, Hervé (2022). Dominio cognitivo: ¿Un sexto dominio de operaciones? En Claverie, Bernard; Prébot, Baptiste; Buchler, Norbou & Du Cluzel, François (eds.), *Cognitive Warfare: The Future of Cognitive Dominance*. NATO-STO Collaboration Support Office (pp. 33-38), p. 33.

4 Green, Stuart A. (2008). *Cognitive Warfare. Unclassified thesis submitted to the faculty of the Joint Military Intelligence College in partial fulfilment of the requirements for the degree of Master of Science of Strategic Intelligence*, p. 1.

5 Claverie, Bernard & Du Cluzel, François (2022). "Cognitive Warfare": the Advent of the Concept of "Cognitics" in the Field of Warfare. En Claverie, Bernard; Prébot, Baptiste; Buchler, Norbou & Du Cluzel, François (eds.), *Cognitive Warfare: The Future of Cognitive Dominance*. NATO-STO Collaboration Support Office (pp. 25-32), p. 26; Underwood, Kimberley (15 de agosto de 2017). La guerra cognitiva será un factor decisivo en la batalla. Junto con el F-35 y otras plataformas bélicas modernas, para el general Stewart la guerra de 5ª generación consiste en la lucha por el poder. Stewart se centra en la lucha por la información. *Revista Signal*; Agencia de Inteligencia de Defensa (15 de agosto de 2017). *Declaraciones del Tte. Gral. Stewart's remarks at DoDIIS17* [Vídeo]. YouTube.

6 Claverie, Bernard & Du Cluzel, François (2022). "Cognitive Warfare": the Advent of the Concept of "Cognitics" in the Field of Warfare. En Claverie, Bernard; Prébot, Baptiste; Buchler, Norbou & Du Cluzel, François (eds.), *Cognitive Warfare: The Future of Cognitive Dominance*. NATO-STO Collaboration Support Office (pp. 25-32), p. 26.

7 Bienvenue, Emily; Rogers, Zac & Troath, Sian (20 de septiembre de 2018). Guerra cognitiva. La guerra cognitiva es la lucha que tenemos y debemos reorientarnos para afrontar este reto. *The Cove*.

8 Backes, Oliver & Swab, Andrew (noviembre de 2019). Guerra cognitiva: La amenaza rusa a la integridad electoral en los Estados bálticos. *Centro Belfer para*

la Ciencia y los Asuntos Internacionales, Harvard Kennedy School.

9 Claverie, Bernard & Du Cluzel, François (2022). "Cognitive Warfare": the Advent of the Concept of "Cognitics" in the Field of Warfare. En Claverie, Bernard; Prébot, Baptiste; Buchler, Norbou & Du Cluzel, François (eds.), *Cognitive Warfare: The Future of Cognitive Dominance*. NATO-STO Collaboration Support Office (pp. 25-32), p. 26.

10 Baldor, Lolita C. (14 de junio de 2016). Aire, tierra, mar, cibernética: la OTAN añade la cibernética a las áreas de operaciones. *PhysOrg*.

11 Paulauskas, Kestutis (13 de marzo de 2020). El espacio: la última frontera de la OTAN. *Revista de la OTAN*.

12 Le Guyader, Hervé (2022). Dominio cognitivo: ¿Un sexto dominio de operaciones? En Claverie, Bernard; Prébot, Baptiste; Buchler, Norbou & Du Cluzel, François (eds.), *Cognitive Warfare: The Future of Cognitive Dominance*. NATO-STO Collaboration Support Office (pp. 33-38), p. 35.

13 Claverie, Bernard & Du Cluzel, François (2022). "Cognitive Warfare": the Advent of the Concept of "Cognitics" in the Field of Warfare. En Claverie, Bernard; Prébot, Baptiste; Buchler, Norbou & Du Cluzel, François (eds.), *Cognitive Warfare: The Future of Cognitive Dominance*. NATO-STO Collaboration Support Office (pp. 25-32), p. 27.

14 LinkedIn: *Herve Le Guyader*. 15 Le Guyader, Hervé (2020). Weaponisation of neurosciences. *Escuela Nacional Superior de Cognición*. 16 Cole, August & Le Guyader, Hervé (2020). *NATO's 6th Domain of Operations*. Innovation Hub. 17 Cole, August & Le Guyader, Hervé (2020). *NATO's 6th Domain of Operations*. Innovation Hub, p. 5. 18 LinkedIn: *August Cole*. 19 Le Guyader, Hervé (2022). Cognitive Domain: ¿Un sexto dominio de operaciones? En Claverie, Bernard; Prébot, Baptiste; Buchler, Norbou & Du Cluzel, François (eds.), *Cognitive Warfare: The Future of Cognitive Dominance*. NATO-STO Collaboration Support Office (pp. 33-38), p. 33. 20 Du Cluzel, François (2021). *Cognitive Warfare*. Innovation Hub. 21 Du Cluzel, François (2021). *Cognitive Warfare*. Innovation Hub, pp. 25, 29, 36. 22 1-3 de junio de 2021. *Cognition Workshop*. *Soluciones innovadoras para mejorar la cognición*. Innovation Hub. 23 1-3 de junio de 2021. *Cognition Workshop*. *Soluciones innovadoras para mejorar la cognición*. Innovation Hub, p. 3. 24 1-3 de junio de 2021. *Cognition Workshop*. *Soluciones innovadoras para mejorar la cognición*. Innovation Hub, p. 4 25 Claverie, Bernard;

Prébot, Baptiste; Buchler, Norbou & Du Cluzel, François (eds.). (2020). *Cognitive Warfare: The Future of Cognitive Dominance*. Oficina de Apoyo a la Colaboración OTAN-STO. 26 Stoianov, Nikolai (2020). Conclusion - Cognitive Warfare and its Implications for the NATO STO IST Panel. En Claverie, Bernard; Prébot, Baptiste; Buchler, Norbou & Du Cluzel, François (eds.), *Cognitive Warfare: The Future of Cognitive Dominance*. NATO-STO Collaboration Support Office (p. 109), p. 109. 27 Claverie, Bernard; Prébot, Baptiste; Buchler, Norbou & Du Cluzel, François (eds.). (2020). *Cognitive Warfare: The Future of Cognitive Dominance*. NATO-STO Collaboration Support Office, p. 115. 28 NATO (8 de octubre de 2021). NATO Innovation Challenge Fall 2021 - Countering Cognitive Warfare. *Nato.int*. 29 NATOCanada (5 de octubre de 2021). *Canada - NATO Innovation Challenge - Fall 2021: Cognitive Warfare* [Vídeo]. YouTube. 30 NATOCanada (5 de octubre de 2021). *Canada - NATO Innovation Challenge - Fall 2021: Cognitive Warfare* [Vídeo]. YouTube

31 ganadores del Desafío a la Innovación. Compruebe cómo les va a los anteriores ganadores del Desafío a la Innovación de la OTAN.

o infórmese sobre el Desafío a la Innovación en curso. *Centro de innovación*.
32 Prueba (30 de noviembre de 2021). *Desafío de Innovación de la OTAN - Otoño 2021* [Vídeo]. YouTube. Prueba (30 de noviembre de 2021). Reto de Innovación de la OTAN - Otoño 2021 [Vídeo]. YouTube. 33 *X-Veriphix. Medimos las creencias para predecir y cambiar el comportamiento*. 34 Norton, Ben (8 de octubre de 2021). Behind NATO's 'cognitive warfare': 'Battle for your brain' waged by Western militaries. *The Grayzone*. 35 Whiteaker, John & Konen, Sam (2022). Guerra cognitiva: complejidad y simplicidad. En Claverie, Bernard; Prébot, Baptiste; Buchler, Norbou & Du Cluzel, François (eds.), *Cognitive Warfare: The Future of Cognitive Dominance*. NATO-STO Collaboration Support Office (pp. 105-108), p. 105. 36 Gill, Ritu & Goolsby, Rebecca (eds.). (2022). *COVID-19 Disinformation: A Multi-National, Whole of Society Perspective*. Springer. 37 Reding, Dale F. & Wells, Bryan (2022). Cognitive Warfare: NATO, COVID-19 and the Impact of Emerging and Disruptive Technologies. En Gill, Ritu & Goolsby, Rebecca (eds.), *COVID-19 Disinformation: A Multi-National, Whole of Society Perspective*. Springer (pp. 25-46), p. 30. 38 Reding, Dale F. & Wells, Bryan (2022). Cognitive Warfare: NATO, COVID-19 and the Impact of Emerging and Disruptive Technologies. En Gill, Ritu & Goolsby, Rebecca (eds.), *COVID-19 Disinformation: A Multi-National, Whole of Society Perspective*. Springer (pp. 25-46), p. 43. 39 Reding, Dale F. & Wells,

Bryan (2022). Cognitive Warfare: NATO, COVID-19 and the Impact of Emerging and Disruptive Technologies. En Gill, Ritu & Goolsby, Rebecca (eds.), *COVID-19 Disinformation: A Multi-National, Whole of Society Perspective*. Springer (pp. 25-46), p. 43. 40 Reding, Dale F. & Wells, Bryan (2022). Cognitive Warfare: NATO, COVID-19 and the Impact of Emerging and Disruptive Technologies. En Gill, Ritu & Goolsby, Rebecca (eds.), *COVID-19 Disinformation: A Multi-National, Whole of Society Perspective*. Springer (pp. 25-46), p. 26

II La guerra cognitiva como propaganda de guerra

1 Fuerzas Armadas de Austria (23 de septiembre de 2022). *Cognitive Warfare - The Fight for your Heart and Mind* [Vídeo]. YouTube.

2 Tögel, Jonas (21 de julio de 2022). La Comisión Creel (1917-1919): Lo que podemos aprender para hoy del trabajo de la Comisión PR en los EE.UU.. *NachDenkSeiten*. 3 Montocchio, Philippe (2022). Prólogo - Por el Director Adjunto de la Oficina de Apoyo a la Colaboración (OAC) de la OTAN. En Claverie, Bernard; Prébot, Baptiste; Buchler, Norbou & Du Cluzel, François (eds.), *Cognitive Warfare: The Future of Cognitive Dominance*. NATO-STO Collaboration Support Office (pp. 12-13), p. 12. 4 Du Cluzel, François (2021). *Cognitive Warfare*. Innovation Hub, p. 9. 5 Lebow, Richard Ned (2008). El poder de la persuasión. En Berenskoetter, Felix & Williams, M. J. (eds.), *Power in World Politics*. Routledge (pp. 120-140), p. 121. 6 Ashcroft, Ross (9 de junio de 2018). La propaganda de los tiempos modernos. *Renegade Inc*. 7 Lanata, André (2022). Prefacio - Por el Comandante Supremo Aliado Transformación. En Claverie, Bernard; Prébot, Baptiste; Buchler, Norbou & Du Cluzel, François (eds.), *Cognitive Warfare: The Future of Cognitive Dominance*. NATO-STO Collaboration Support Office (pp. 14-15), p. 14. 8 Lanata, André (2022). Prefacio - Por el Comandante Supremo Aliado de Transformación. En Claverie, Bernard; Prébot, Baptiste; Buchler, Norbou & Du Cluzel, François (eds.), *Cognitive Warfare: The Future of Cognitive Dominance*. NATO-STO Collaboration Support Office (pp. 14-15), p. 14. 9 Du Cluzel, François (2021). *Cognitive Warfare*. Innovation Hub, p. 8. 10 Du Cluzel, François (2021). *Cognitive Warfare*. Innovation Hub, p. 4. 11 Whiteaker, John & Konen, Sam (2022). Cognitive Warfare: Complexity and Simplicity. En Claverie, Bernard; Prébot, Baptiste; Buchler, Norbou & Du Cluzel, François (eds.), *Cognitive Warfare: The Future of Cognitive Dominance*. NATO-STO Collaboration Support Office (pp. 105-108), p. 105. 12 Du Cluzel, François (2021).

Cognitive Warfare. Innovation Hub, p. 8. 13 Butterick, Keith (2011). *Introducción a las relaciones públicas. Teoría y práctica*. SAGE Publications, pp. 8, 11. 14 Du Cluzel, François (2021). *Cognitive Warfare*. Innovation Hub, p. 20. 15 Leipold, Jimmy (director). (2017). *Edward Bernays y la ciencia de la creación de opinión* [Película]. ARTE France e INA. 16 Lück, Helmut E. & Guski-Leinwand, Susanne (2014). *Historia de la psicología*. W. Kohlhammer Verlag, p. 46. 17 Lück, Helmut E. & Guski-Leinwand, Susanne (2014). *Historia de la psicología*. W. Kohlhammer Verlag, p. 47. 18 Eckardt, Georg (2010). *Problemas centrales de la historia de la psicología*. VS Verlag, p. 273. 19 Ewen, Stuart (1996). *¡PR! A social History of Spin*. BasicBooks, p. 64. 20 Freud, Sigmund (1921). *Psicología de las masas y análisis del yo*. Internationaler Psychoanalytischer Verlag Vienna. 21 Milgram, Stanley (1974/2017). *El experimento de Milgram. Sobre la disposición a obedecer a la autoridad*. Rowohlt, p. 154. 22 Fromm, Erich (1961/1982). *Die Grundpositionen der Psychoanalyse*, p. 21. 23 Lück, Helmut E. & Guski-Leinwand, Susanne (2014). *Historia de la psicología*. W. Kohlhammer Verlag, p. 104. 24 Leipold, Jimmy (director). (2017). *Edward Bernays y la ciencia de la creación de opinión* [Película]. ARTE France e INA. 25 Wirtz, Markus A. (ed.) (2020). *Dorsch - Diccionario de psicología*. Hogrefe, p. 971. 26 Wirtz, Markus A. (ed.) (2020). *Dorsch - Diccionario de Psicología*. Hogrefe, p. 971 f. 27 dpa news channel (5 de agosto de 2021). Salchichas gratis por vacunarse: se prevén más campañas de vacunación. *Periódico Süddeutsche Zeitung*. 28 dpa news channel (5 de agosto de 2021). Salchichas gratis por vacunarse: planeadas más campañas de vacunación. Diario *Süddeutsche Zeitung*. 29 Böhm, Robert; Betsch, Cornelia et al. (2022). Crowdsourcing interventions to promote uptake of COVID-19 booster vaccines. *EClinicalMedicine 53*, 101632. 30 Communication U (18 de julio de 2018). *Robert Cialdini con Larry King* [Vídeo]. Vimeo. 31 Bischof, Norbert (2015). *Psicología. Un curso básico para exigentes*. Kohlhammer, p. 26. 32 Tögel, Jonas (21 de julio de 2022). La Comisión Creel (1917-1919): Lo que podemos aprender para hoy del trabajo de la Comisión PR en los EE.UU.. *NachDenkSeiten*. 33 Tögel, Jonas (10 de agosto de 2022). El nacimiento de la propaganda. *Rubicon*. 34 citado de: Danesi, Marcel (2020): *El arte de la mentira. How the Manipulation of Languge affects our Minds*. Prometheus Books, prólogo. 35 Elsbach, Kimberly D. (2003). Organisational perception management. *Research in organisational behaviour 25*, pp. 297-332. 36 Butterick, Keith (2011). *Introducción a las relaciones públicas. Teoría y práctica*. SAGE Publications, p. 10. 37 Leipold, Jimmy (director).

(2017). *Edward Bernays y la ciencia de la creación de opinión* [Película]. ARTE France e INA. 38 Zinn, Howard (1980). *Una historia popular de los Estados Unidos*. Harper Colophon Books, p. 346. 39 Zinn, Howard (1980). *A People's History of the United States*. Harper Colophon Books, pp. 347-348. 40 Gitelman, Howard M. (1988). *Legacy of the Ludlow Massacre. A Chapter in American Industrial Relations*. University Pennsylvania Press, p. 30. 41 Gitelman, Howard M. (1988). *Legacy of the Ludlow Massacre. A Chapter in American Industrial Relations. University Pennsylvania Press*, p. 15. 42 Henry, Robin C. (2014). In Order to Form a More Perfect Worker: John D. Rockefeller Jr. and Reform in Post-Ludlow Colorado. En Montoya, Fawn-Amber (Ed.), *Making an American Workforce, The Rockefellers and the Legacy of Ludlow*. University Press of Colorado (pp. 81-102), p. 83. 43 @Kre (24 de febrero de 2001). Antecedentes: Las sanciones de la ONU contra Irak. *Frankfurter Allgemeine Zeitung*. 44 CBS (12 de mayo de 1996). *60 Minutes* [película]. CBS News. 45 Gitelman, Howard M. (1988). *Legacy of the Ludlow Massacre. A Chapter in American Industrial Relations*. University Pennsylvania Press, p. 92 f. 46 Kunczik, Michael (2010). *Public Relations. Conceptos y teorías*. Böhlau Verlag, p. 249 ss. 47 Butterick, Keith (2011). *Introducción a las relaciones públicas. Teoría y práctica*. SAGE Publications, p. 11. 48 Gitelman, Howard M. (1988). *Legacy of the Ludlow Massacre. A Chapter in American Industrial Relations. University Pennsylvania Press*, p. 35. 49 Hiebert, Ray (1966). *Courtier to the Crows. The Story of Ivy Lee and the Development of Public Relations*. Iowa State University Press, p. 101. 50 Gitelman, Howard M. (1988). *Legacy of the Ludlow Massacre. A Chapter in American Industrial Relations*. University Pennsylvania Press, p. 35. 51 Gitelman, Howard M. (1988). *Legacy of the Ludlow Massacre. A Chapter in American Industrial Relations*. University Pennsylvania Press, p. 91 y ss. 52 Wikipedia: *John D. Rockefeller, Jr.* 53 Gitelman, Howard M. (1988). *Legacy of the Ludlow Massacre. A Chapter in American Industrial Relations*. University Pennsylvania Press, p. 23. 54 American Experience. The Ludlow Massacre. *Public Broadcasting Service*. 55 Gitelman, Howard M. (1988). *Legacy of the Ludlow Massacre. A Chapter in American Industrial Relations*. University Pennsylvania Press, p. 151. 56 Hogler, Raymond (2016). De Ludlow a Chattanooga y más allá: un siglo de planes de representación de los empleados y el futuro del movimiento obrero estadounidense. *Journal of Management History 22*(2), (pp. 130-145), p. 131. 57 Shubinski, Barbara (12 de enero de 2022). Evolution of a Foundation: an Institutional History of the Rockefeller Foundation. *Fuente*. 58 La

Fundación Rockefeller. *Quiénes somos*. 59 McInnis, Peter S. (2011). Representación y rebelión: el plan Rockefeller en la Colorado Fuel and Iron Company, 1914-1942 por Jonathan H. Rees. En Comité canadiense de historia del trabajo (ed.), *Labour / Le Travail*. Vol. 68, Athabasca University Press, pp. 210-212. 60 Wiki Fr. *Rockefeller Foundation*. 61 Gitelman, Howard M. (1988). *Legacy of the Ludlow Massacre. A Chapter in American Industrial Relations*. University Pennsylvania Press, p. 102. 62 Hallahan, Kirk (2002). Ivy Lee and the Rockefellers' response to the 1913-1914 Colorado Coal Strike. *Journal of Public Relations Research*, *14*(4), pp. 265-315. 63 Kunczik, Michael (2010). *Public Relations. Conceptos y teorías*. Böhlau Verlag, p. 251. 64 Butterick, Keith (2011). *Introducción a las relaciones públicas. Teoría y práctica*. SAGE Publications, p. 30 y s. 65 Schnipper, Melanie (12 de enero de 2019). US organisations face trial over experiments on Guatemalans. *america21*. 66 Cogan, Charles G. (15 de septiembre de 2013). "Nos mantuvo alejados de la guerra". *HuffPost*. 67 Zinn, Howard (1980). *Una historia popular de los Estados Unidos*. Harper Colophon Books, p. 352. 68 Kerr, Jacob; Taylor, Dhyana; Ramos, Matt & Levine, Sam (28 de agosto de 2015). Obama Made A Lot Of Promises On This Day In 2008, Here's How They're Holding Up. *HuffPost*. 69 Divulgación del Premio Nobel. Woodrow Wilson - Facts. *NobelPrize.org*. 70 Nobel Prize Outreach. El Premio Nobel de la Paz 2009. *NobelPrize.org*. 71 Howard, Theresa (28 de junio de 2009). La campaña de Obama se lleva los principales premios publicitarios. Obama for America gana por unanimidad dos premios Grand Prix. *ABC News*. 72 Miller, David & Dinan, William (2008). *A Century of Spin. How Public Relations Became the Cutting Edge of Corporate Power*. Pluto Press, p. 15. 73 Zinn, Howard (1980). *A People's History of the United States*. Harper Colophon Books, p. 355. 74 Simpson, Christopher (1994). *Science of Coercion. Communication Research & Psychological Warfare 1945-1960*. Oxford University Press, p. 15. 75 Simpson, Christopher (1994). *Science of Coercion. Communication Research & Psychological Warfare 1945-1960*. Oxford University Press, p. 15. 76 Cull, Nicholas J.; Culbert, David H. & Welch, David (2003). *Propaganda and mass persuasion. A historical encyclopedia, 1500 to the present*. ABC-CLIO, p. 99. 77 Zinn, Howard (1980). *A People's History of the United States*. Harper Colophon Books, p. 355. 78 Peters, Detlef R. (1964). *The "US Committee on Public Information". A contribution to the organisation and methodology of intellectual warfare in the USA during the First World War*. Köhler Minden, p. 95 y ss. 79 Leipold, Jimmy (director). (2017). *Edward Bernays y*

la ciencia de la creación de opinión [película]. ARTE France e INA. 80 Peters, Detlef R. (1964). *El "Comité estadounidense de información pública". Una contribución a la organización y metodología de la guerra intelectual en EE.UU. durante la Primera Guerra Mundial*. Köhler Minden, p. 95 y ss. 81 Leipold, Jimmy (director). (2017). *Edward Bernays y la ciencia de la creación de opinión* [Película]. ARTE France e INA. 82 Ponsonby, Arthur (1928/1940). *Falsehood in War-Time [La falsedad en tiempos de guerra*]. Kimble & Bradford, p. 182 y ss. 83 Agencia Federal para la Educación Cívica (4 de abril de 2017). Hace 100 años: Estados Unidos entra en la Primera Guerra Mundial. *bpb*. 84 Seewald, Berthold (11 de noviembre de 2018). El sangriento balance de la Primera Guerra Mundial. *Welt*. 85 Zinn, Howard (1980). *Una historia popular de los Estados Unidos*. Harper Colophon Books, p. 359. 86 Zinn, Howard (1980). *A People's History of the United States*. Harper Colophon Books, p. 360. 87 Zinn, Howard (1980). *A People's History of the United States*. Harper Colophon Books, p. 356. 88 Zinn, Howard (1980). *A People's History of the United States*. *Harper Colophon Books*, p. 358. 89 Miller, David & Dinan, William (2008). *A Century of Spin*. *How Public Relations Became the Cutting Edge of Corporate Power*. Pluto Press, p. 15. 90 Bernays, Edward (1928/2017). *Propaganda*. orange press, p. 33. 91 Leipold, Jimmy (director). (2017). *Edward Bernays y la ciencia de la creación de opinión* [Película]. ARTE France e INA. 92 Curtis, Adam (17 de marzo de 2002). *El siglo del yo*. *1 Happiness Machines* [Película]. RDF Television, BBC. 93 Curtis, Adam (17 de marzo de 2002). *The Century of the Self*. *1*. *Happiness Machines* [Película]. RDF Television, BBC. 94 Curtis, Adam (17 de marzo de 2002). *The Century of the Self*. *1*. *Happiness Machines* [Película]. RDF Television, BBC. 95 Chakraborty, Rakhi (6 de agosto de 2014). Torches of Freedom: How the world's first PR campaign came to be. *Yourstory*. 96 Lippmann, Walter (1925/1993). *The Phantom* Public. Transaction Publishers, p. 145. 97 Curtis, Adam (17 de marzo de 2002). *El siglo del yo*. *1*. *Happiness Machines* [Película]. RDF Television, BBC. 98 Thaler, Richard H. & Sunstein, Cass R. (2019). *Nudge*. *Cómo desencadenar decisiones inteligentes*. Ullstein Paperback. 99 Bernays, Edward. La ingeniería del consentimiento. *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*, *250*(1), (pp. 113-120), p. 115. 100 Frindte, Wolfgang & Geschke Daniel (2019). *Libro de texto Psicología de la comunicación*. Beltz, pp. 236, 239 y ss.; Danesi, Marcel (2020). *El arte de la mentira*. *Cómo la Manipulación del Lenguaje afecta a nuestras Mentes*. Prometheus Books, p. 12 y ss.; Whorf, Benjamin L. (1956). Science and linguistics. En

Carroll, John B. (ed.), *Language, Thought, and Reality. Selected Writings of Benjamin Lee Whorf*. MIT Press (pp. 207-219). 101 Miller, David & Dinan, William (2008). *A Century of Spin. How Public Relations Became the Cutting Edge of Corporate Power*. Pluto Press, p. 18. 102 Tögel, Jonas (2021). *Poder blando y motivación en el contexto escolar*. Editorial Schneider. P. 109 y ss. 103 Miller, David & Dinan, William (2008). *A Century of Spin. How Public Relations Became the Cutting Edge of Corporate Power*. Pluto Press, p. 5. 104 Kutz, Magnus-Sebastian (2014). *Public Relations in Wars - Legitimisation of the Kosovo, Afghanistan and Iraq Wars in Germany and the USA*. Springer, p. 274. 105 CIA (24 de enero de 1967). *Contrarrestando las críticas al Informe Warren*. AARC. 106 The Times (14 de abril de 2018). Assad's Useful Idiots (Los idiotas útiles de Assad). *TheTimes.co.uk*. 107 York, Chris & Somerville, Ewan (17 de abril de 2019). Professor Piers Robinson Leaves Sheffield Uni Post After Accusations Of Promoting Conspiracy Theories. *HuffPost*. 108 Ashcroft, Ross (9 de junio de 2018). La propaganda de los tiempos modernos. *Renegade Inc*. 109 Miller, David & Dinan, William (2008). *A Century of Spin. Cómo las relaciones públicas se convirtieron en la vanguardia del poder corporativo*. Pluto Press, p. 18 y ss. 110 Departamento de Investigación de Statista (1 de febrero de 2023). Number of deaths by country in the Second World War 1939-1945*, Statista*. 111 Arendt, Hannah (1955). *Elementos y orígenes del totalitarismo*. Piper. 112 Citado en: Brunold. Georg (ed.). (2018). *Manual del conocimiento de la naturaleza humana. Conjeturas de 2500 años*. Galiani Berlín, p. 214. 113 Mausfeld, Rainer (2018). *Por qué callan los corderos? Cómo la democracia de élite y el neoliberalismo están destruyendo nuestra sociedad y nuestros medios de vida*. Westend. 114 Asch, Solomon E. (1951). Efectos de la presión de grupo sobre la modificación y distorsión de los juicios. *Groups, leadership, and men*, pp. 177-190. 115 Imagen de Fred the Oyster, CC BY-SA 4.0 (https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/legalcode), file: Asch experiment.png (https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Asch_experiment.svg), Wikimedia Commons. 116 Asch, Solomon E. (1951). Efectos de la presión de grupo sobre la modificación y distorsión de los juicios. *Groups, leadership, and men*, pp. 177-190, p. 179. 117 citado desde: Brunold. Georg (ed.). (2018). *Manual del conocimiento de la naturaleza humana. Conjeturas de 2500 años*. Galiani Berlin, p. 217. 118 Asch, Solomon E. (1952). *Social Psychology*. Prentice-Hall, Englewood Cliffs, pp. 450-451. 119 Schmitt-Beck, Rüdiger (2015). Efecto bandwagon. *The international encyclopedia of political communication*,

1-5; Wirtz, Markus A. (ed.) (2020). *Dorsch - Diccionario de psicología*. Hogrefe, p. 254. 120 Thaler, Richard H. & Sunstein, Cass R. (2019). *Nudge. Cómo provocar decisiones inteligentes*. Ullstein Taschenbuch, p. 84. 121 Thaler, Richard H. & Sunstein, Cass R. (2019). *Nudge. Cómo desencadenar decisiones* inteligentes. Ullstein Paperback, p. 82. 122 Thaler, Richard H. & Sunstein, Cass R. (2019). *Nudge. Cómo desencadenar decisiones* inteligentes. Ullstein Paperback, p. 88. 123 Thaler, Richard H. & Sunstein, Cass R. (2019). *Nudge. Cómo desencadenar decisiones* inteligentes. Ullstein Paperback, p. 94. 124 TV Advertising 2021 (30 de mayo de 2021). *Head and Shoulders - Refill the Good | TV Spot 2021* [Vídeo]. YouTube. 125 Neuhaus, Christoph (19 de julio de 2022). Alemanes del norte, 65 años, sin deudas: estos propietarios optan por una venta parcial. *wertfaktor Immobilien GmbH*. 126 Samuelson, William & Zeckhauser, Richard J. (1988). Status quo bias in decision making. *Journal of risk and uncertainty*, *1*, pp. 7-59. 127 Du Cluzel, François (2021). *Cognitive warfare*. Innovation Hub, p. 14. 128 Thaler, Richard H. & Sunstein, Cass R. (2019). *Nudge. Cómo desencadenar decisiones inteligentes*. Ullstein Taschenbuch, p. 56. 129 Milgram, Stanley (1974/2017). *El experimento de Milgram. Sobre la disposición a obedecer a la autoridad*. Rowohlt, p. 135. 130 Imagen de Fred the Oyster, CC BY-SA 4.0 (https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/legalcode), file: Milgram Experiment.png (https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Milgram_experiment_v2.svg), Wikimedia Commons, leyenda añadida por el autor. 131 Milgram, Stanley (1974/2017). *El experimento de Milgram. Sobre la disposición a obedecer a la autoridad. Rowohlt*, p. 11. 132 Milgram, Stanley (1974/2017). *El experimento de Milgram. Sobre la disposición a obedecer a la autoridad*. Rowohlt, p. 56. 133 Milgram, Stanley (1974/2017). *El experimento de Milgram. Sobre la disposición a obedecer a la autoridad*. Rowohlt, p. 51. 134 Milgram, Stanley (1974/2017). *El experimento de Milgram. Sobre la disposición a obedecer a la autoridad*. Rowohlt, p. 61. 135 Milgram, Stanley (1974/2017). *El experimento de Milgram. Sobre la disposición a obedecer a la autoridad*. Rowohlt, pp. 58-59. 136 Cialdini, Robert (2021). *La psicología de la persuasión*. Hogrefe Verlag, p. 277 y ss. 137 Thaler, Richard H. & Sunstein, Cass R. (2019). *Nudge. Cómo iniciar decisiones inteligentes*. Ullstein Taschenbuch, p. 88. 138 Frindte, Wolfgang & Geschke Daniel (2019). *Libro de texto psicología de la comunicación*. Beltz, p. 244, 250 y ss. 139 Blum, William (2008). Matar la esperanza. *Destrucción de la esperanza. Operaciones globales de la CIA desde la Segunda Guerra Mundial*. Zambon, pp. 139, 147. 140

Cullather, Nicolas (1994). *Operation PBSUCCESS. The United States and Guatemala 1953-1954*. Centre for the Study of Intelligence - Central Intelligence Agency. 141 Tye, Larry (1998). *The father of spin: Edward L. Bernays & the birth of public relations*. Crown Publishers, Inc, p. 161. 142 Tye, Larry (1998). *The father of spin: Edward L. Bernays & the birth of public relations*. Crown Publishers, Inc, p. 165/66. 143 Tye, Larry (1998). *The father of spin: Edward L. Bernays & the birth of public relations*. Crown Publishers, Inc, pp. 166-167. 144 Kinzer, Stephen (2006). *Overthrow. America's Century of Regime Change from Haiti to Iraq*. Henry Holt and Company, LLC, 2006, p. 134. 145 Tye, Larry (1998). *The father of spin: Edward L. Bernays & the birth of public relations*. Crown Publishers, Inc, p. 167. 146 citado de: Du Cluzel, François (2021). *Cognitive Warfare*. Innovation Hub, p. 9; Ellul, Jacques (1962). *Propaganda. The Formation of Men's Attitudes*. Vintage Books, p. 4. 147 Carta de Edward Bernays a Edmund Whitman fechada el 21 de abril de 1952, citada en: Tye, Larry (1998). *The father of spin: Edward L. Bernays & the birth of public relations*. Crown Publishers, Inc, p. 156. 148 Carta de Edward Bernays al fundador del Museo de Relaciones Públicas de Nueva York, Shelly Spector Edmund Whitman, fechada el 21 de abril de 1952, citada en: Tye, Larry (1998). *The father of spin: Edward L. Bernays & the birth of public relations*. Crown Publishers, Inc, p. 156. 149 Leipold, Jimmy (director). (2017). *Edward Bernays y la ciencia de la creación de opinión* [Película]. ARTE France e INA. 150 Strack, Fritz & Deutsch, Roland (2004). Determinantes reflexivos e impulsivos del comportamiento social. *Personality and social psychology review*, *8*(3), pp. 220-247. 151 Leipold, Jimmy (director). (2017). *Edward Bernays y la ciencia de la creación de opinión* [Película]. ARTE France e INA. 152 Milgram, Stanley (1974/2017). *El experimento de Milgram. Sobre la disposición a obedecer a la autoridad*. Rowohlt, p. 187; Lerner, Melvin J. (1971). Evaluación de una víctima por los observadores: Justicia, culpa y percepción verídica. *Journal of Personality and Social Psychology*, *20*(2), p. 127. 153 Autellet, Eric (2022). Cognitive Warfare - Contribution of the French Armed Forces Deputy Chief of Defence. En Claverie, Bernard; Prébot, Baptiste; Buchler, Norbou & Du Cluzel, François (eds.), *Cognitive Warfare: The Future of Cognitive Dominance*. NATO-STO Collaboration Support Office (pp. 23-24), p. 23. 154 Tye, Larry (1998). *The father of spin: Edward L. Bernays & the birth of public relations*. Crown Publishers, Inc, p. 169. 155 Kinzer, Stephen (2006). *Overthrow. America's Century of Regime Change from Haiti to Iraq*. Henry Holt and Company, LLC, 2006, p. 134. 156 citado en: Tye, Larry (1998).

The father of spin: Edward L. Bernays & the birth of public relations. Crown Publishers, Inc, p. 170. 157 Matthews, Herbert L (1961). *The Cuban Story*. G. Braziller, p. 124. 158 Kinzer, Stephen (2006). *Overthrow. America's Century of Regime Change from Haiti to Iraq*. Henry Holt and Company, LLC, 2006, p. 141. 159 Blum, William (2008). *Killing Hope. Destruction of Hope. Operaciones globales de la CIA desde la Segunda Guerra Mundial*. Zambon, p. 153. 160 Tye, Larry (1998). *The father of spin: Edward L. Bernays & the birth of public relations*. Crown Publishers, Inc, p. 176. 161 Blum, William (2008). *Killing Hope. Destrucción de la esperanza. Operaciones globales de la CIA desde la Segunda Guerra Mundial*. Zambon, pp. 150-151. 162 Curtis, Adam (24 de marzo de 2002). *The Century of the Self. 2 The Engineering of Consent* [Película]. RDF Television, BBC. 163 Time (14 de noviembre de 1955). GUATEMALA: Visita de Estado. *Content.Time.com*; Footagefarm (12 de diciembre de 2013). *Carlos Castillo Armas y discursos de Nixon 221196 19 | Footage Farm* [Video]. YouTube. 164 Wikipedia: *Golpe de Estado de Guatemala de 1954*. 165 Comisión para el Esclarecimiento Histórico (1 de febrero de 1997). Comisión de la Verdad: Guatemala. *Instituto de la Paz de Estados Unidos*. 166 Foster, Lynn V. (2002). *Handbook to Life in the Ancient Maya World*. Facts on File, Inc, p. 84. 167 citado de: Tye, Larry (1998). *The father of spin: Edward L. Bernays & the birth of public relations*. Crown Publishers, Inc, p. 178. 168 Tye, Larry (1998). *The father of spin: Edward L. Bernays & the birth of public relations*. Crown Publishers, Inc, p. 176. 169 Miller, David & Dinan, William (2008). *A Century of Spin. How Public Relations Became the Cutting Edge of Corporate Power*. Pluto Press, p. 22. 170 Leipold, Jimmy (director). (2017). *Edward Bernays y la ciencia de la creación de opinión* [Película]. ARTE France e INA. 171 Leipold, Jimmy (director). (2017). *Edward Bernays y la ciencia de la creación de opinión* [Película]. ARTE France e INA. 172 Otras campañas de propaganda en el curso de las guerras de este período pueden encontrarse, por ejemplo, en Herman, Edward S. & Chomsky, Herman (1988/2002). *Manufacturing Consent. The Political Economy of the Mass Media*. Pantheon Books, p. 169 y ss. 173 Torreon, Barbara Salazar & Plagakis, Sofia (8 de marzo de 2022). Instances of Use of United States Armed Forces Abroad, 1798-2022. *Congressional Research Service*. 174 Prébot, Baptiste (2022). Situation Awareness Sharing: A Link of Cognitive Vulnerability. En Claverie, Bernard; Prébot, Baptiste; Buchler, Norbou & Du Cluzel, François (eds.), *Cognitive Warfare: The Future of Cognitive Dominance*. NATO-STO Collaboration Support Office (pp. 95-104), p. 100. 175 Wunder, Michael (2022). Narratives

Overwhelm the World: A "Brief Hello Talk". En Claverie, Bernard; Prébot, Baptiste; Buchler, Norbou & Du Cluzel, François (eds.), *Cognitive Warfare: The Future of Cognitive Dominance*. NATO-STO Collaboration Support Office (pp. 77-80), p. 79; Reding, Dale F. & Wells, Bryan (2022). Cognitive Warfare: NATO, COVID-19 and the Impact of Emerging and Disruptive Technologies. En Gill, Ritu & Goolsby, Rebecca (eds.), *COVID-19 Disinformation: A Multi-National, Whole of Society Perspective*. Springer (pp. 25-46), p. 28. 176 Montocchio, Philippe (2022). Prólogo - Por el Director Adjunto de la Oficina de Apoyo a la Colaboración de la OTAN (CSO). En Claverie, Bernard; Prébot, Baptiste; Buchler, Norbou & Du Cluzel, François (eds.), *Cognitive Warfare: The Future of Cognitive Dominance*. NATO-STO Collaboration Support Office (pp. 12-13), p. 12. 177 Srivastava, Ranjana (18 de abril de 2017). Bashar al-Assad se formó como médico. ¿Cómo se convirtió en un asesino de masas? *The Guardian*. 178 Miller, S. A. (1 de septiembre de 2013). John Kerry dice que Assad es el nuevo Hitler. *New York Post*. 179 Editorial (8 de junio de 2012). Assad, el carnicero. *The New York Times*. 180 Lasswell, Harold (1927/1938). *Propaganda Technique in the World War*. Peter Smith, p. 89. 181 Samoilenko, Sergei A.; Icks, Martijn; Keohane, Jennifer & Shiraev, Eric (eds.). (2020). *Routledge Handbook of Character Assassination and Reputation Management*. Routledge. 182 Durm, Martin (15 de marzo de 2022). La guerra de Assad dura ya once años. *Tagesschau*. 183 Mazzetti, Mark & Apuzzo, Matt (23 de enero de 2016). EEUU depende en gran medida del dinero saudí para apoyar a los rebeldes sirios. *The New York Times*. 184 Ashcroft, Ross (9 de junio de 2018). La propaganda de los tiempos modernos. *Renegade Inc*. 185 Wirtz, Markus A. (ed.) (2020). *Dorsch - Diccionario de psicología*. Hogrefe, p. 264. 186 Curtis, Adam (17 de marzo de 2002). *El siglo del yo. 1 Happiness Machines* [Película]. RDF Television, BBC. 187 Kuhl, Julius (2010). *Libro de texto de psicología de la personalidad. Motivación, emoción y autocontrol*. Hogrefe, p. 214f.; Wirtz, Markus A. (ed.) (2020). *Dorsch - Diccionario de psicología*. Hogrefe, p. 264. 188 Maslow, Abraham (1954/2018). *Motivación y personalidad*. Rowohlt, p. 12. 189 Maslow, Abraham (1954/2018). *Motivación y personalidad*. Rowohlt, p. 12 y ss. 190 Maslow, Abraham (1954/2018). *Motivación y personalidad*. Rowohlt, p. 12. 191 Gerrig, Richard J. & Zimbardo, Philip G. (2008). *Psicología*. Person, p. 421. 192 Fones-Wolf, Elizabeth A. (1994). *Selling Free Enterprise. The Business Assault on Labour and Liberalism 1945-60*. University of Illinois Press, p. 73. 193 citado en: Mausfeld, Rainer (2019). *Miedo y poder. Técnicas del*

poder para crear miedo en las democracias capitalistas. Westend, p. 14. 194 Curtis, Adam (24 de marzo de 2002). *The Century of the Self. 2 The Engineering of Consent* [Película]. RDF Television, BBC. 195 Mausfeld, Rainer (2019). *Miedo y poder. Técnicas de dominación de la producción del miedo en las democracias capitalistas*. Westend, p. 38. 196 Insidepolitics (10 de septiembre de 2002). Cheney: Saddam working on nuclear weapons. *CNN*. 197 Insidepolitics (10 de septiembre de 2002). Cheney: Saddam working on nuclear weapons. *CNN*. 198 Powell, Colin (5 de febrero de 2003). Texto completo del discurso de Colin Powell. Discurso del Secretario de Estado de EEUU ante el Consejo de Seguridad de Naciones Unidas. *The Guardian*. 199 White, Michael; Wintour, Patrick & Maguire, Kevin (10 de septiembre de 2004). New blow to Blair over Iraq. Report concludes no WMD as PM completes reshuffle. *The Guardian*

200 Médicos por la Responsabilidad Social; Médicos por la Supervivencia Global; Médicos Internacionales por la Prevención de la Guerra Nuclear (2015). Body Count. Cifras de víctimas tras 10 años de "guerra contra el terror".

Iraq Afganistán Pakistán. *IPPNW*.

201 Du Cluzel, François (2021). *Guerra cognitiva*. Innovation Hub, p. 14; Manoogian III, John; Benson, Buster & Wikipedia users, citado en: Gholipour, Bahar (22 de septiembre de 2016). No siempre puedes confiar en tus propios pensamientos, y este aterrador gráfico muestra por qué. *HuffPost*. 202 Asendorpf, Jens (2005). *Psicología de la personalidad*. Springer Verlag, p. 67; Atkinson, Richard C. & Shiffrin, Richard M. (1968). Human memory: A proposed system and its control processes. En *Psychology of learning and motivation, vol. 2, pp*. 89-195. Academic press. 203 Asendorpf, Jens (2005). *Psicología de la personalidad*. Springer Verlag, p. 67. 204 Mietzel, Gerd (2017). *Psicología educativa del aprendizaje y la enseñanza*. Hogrefe, p. 318 y ss. 205 Mietzel, Gerd (2017). *Psicología educativa del aprendizaje y la enseñanza*. Hogrefe, p. 324. 206 Claverie, Bernard (2022). ¿Qué es la cognición? Y cómo hacer de ella uno de los Caminos de la Guerra. En Claverie, Bernard; Prébot, Baptiste; Buchler, Norbou & Du Cluzel, François (eds.), *Cognitive Warfare: The Future of Cognitive Dominance*. NATO-STO Collaboration Support Office (pp. 39-58), p. 42. 207 Johnston, William A. & Dark, Veronica J. (1986). Selective attention. *Annual review of psychology*, *37*(1), pp. 43-75. 208 Peters, Uwe (2020). ¿Cuál es la función del sesgo de confirmación? *Cognition*, 1-26. 209 Du Cluzel, François (2021). *La guerra cognitiva*. Innovation Hub. 210 Du Cluzel, François (2021). *Cognitive Warfare*. Innovation Hub. 211 Ball State University Libraries

(16 de junio de 2020). *Edward L. Bernays interview, 1986-10-23* [Vídeo]. YouTube. 212 Lewandowsky, Stephan & Cook, John (2020). *El manual de los mitos conspirativos*. John Cook, Centre for Climate Change Communication, p. 8. 213 Lewandowsky, Stephan & Cook, John (2020). *The handbook on conspiracy myths*. John Cook, Center for Climate Change Communication, p. 3. 214 Bundeszentrale für Politische Bildung (30 de marzo de 2020). *¿Por qué hay tantas teorías de la conspiración?* [Vídeo]. bpb. 215 Häring, Norbert (25 de noviembre de 2022). Vacunación psicológica: cómo la OTAN y la UE impregnan a los niños contra pensamientos no deseados. *Dinero y más, Un blog de Norbert Häring*. 216 Roozenbeek, Jon & van der Linden, Sander (29 de octubre de 2021). Teoría de la inoculación y desinformación. *NATO StratCom COE*. 217 Rampton, Sheldon & Stauber, John (2003). *Weapons of Mass Deception. The Uses of Propaganda in Bush's War on Iraq*. Penguin, p. 135 y ss. 218 Ewen, Stuart (1996). *¡PR! A social History of Spin*. BasicBooks, p. 67. 219 Wolin, Sheldon (2022). *Inverted Totalitarianism - Factual Power Relations and Their Destructive Effects on Our Democracy*. Westend, p. 382. 220 Bernal, Alonso; Carter, Cameron; Singh, Ishpreet; Cao, Kathy & Madreperla, Olivia (2020) *Cognitive Warfare. Un ataque contra la verdad y el pensamiento*. OTAN, Universidad Johns Hopkins, p. 9. 221 Mearsheimer, John J. (2014). Por qué la crisis de Ucrania es culpa de Occidente: los delirios liberales que provocaron a Putin. *Foreign Affairs*, *93*, p. 77. 222 Misión de Observación de los Derechos Humanos de las Naciones Unidas en Ucrania (8 de octubre de 2021). Víctimas civiles relacionadas con el conflicto en Ucrania. *Oficina del Alto Comisionado para los Derechos Humanos*. 223 Müller, Marco (16 de abril de 2022). Guerra de Ucrania: ¿Debe haber atrocidades? *Deutsche Welle*. 224 Sozzi, Brian (28 de febrero de 2022). Vladimir Putin pasará a la historia como un asesino en masa: Kenneth Rogoff, profesor de Harvard. *Yahoo Finanzas*. 225 Bott, Uwe & Richter, Stephan (24 de febrero de 2022). Europe's New Hitler: Another Psychopath at Work. *The Globalist*. 226 Claverie, Bernard & Du Cluzel, François (2022). "Cognitive Warfare": the Advent of the Concept of "Cognitics" in the Field of Warfare. En Claverie, Bernard; Prébot, Baptiste; Buchler, Norbou & Du Cluzel, François (eds.), *Cognitive Warfare: The Future of Cognitive Dominance*. NATO-STO Collaboration Support Office (pp. 25-32), p. 26. 227 Claverie, Bernard (2022). ¿Qué es la cognición? And how to make it one of the Ways of War. En Claverie, Bernard; Prébot, Baptiste; Buchler, Norbou & Du Cluzel, François (eds.), *Cognitive Warfare: The Future of Cognitive Dominance*. NATO-STO Collaboration Support Office (pp. 39-58), p. 43. 228

Claverie, Bernard (2022). ¿Qué es la cognición? And how to make it one of the Ways of War. En Claverie, Bernard; Prébot, Baptiste; Buchler, Norbou & Du Cluzel, François (eds.), *Cognitive Warfare: The Future of Cognitive Dominance*. NATO-STO Collaboration Support Office (pp. 39-58), p. 43. 229 Un poderoso think tank privado con miembros de Europa, Norteamérica y la región Asia-Pacífico, con sede en Washington D.C., entre otros lugares. 230 Klikauer, Thomas (2018). Corazones y minas: la industria cultural del imperio estadounidense. *European Journal of Communication*, *33*(2), pp. 237-239. 231 Bustani, Hisham (11 de septiembre de 2007). 9-11: The Illusion of a Historic Coup in the Course of Imperialism. *Monthly Review*. 232 Autellet, Eric (2022). Cognitive Warfare - Contribution of the French Armed Forces Deputy Chief of Defence. En Claverie, Bernard; Prébot, Baptiste; Buchler, Norbou & Du Cluzel, François (eds.), *Cognitive Warfare: The Future of Cognitive Dominance*. NATO-STO Collaboration Support Office (pp. 23-24), p. 21. 233 Cialdini, Robert (2021). *La psicología de la persuasión*. Hogrefe Verlag, p. 361 y ss. 234 Lazarsfeld, Paul F. & Merton, Robert K. (1948). Comunicación de masas, gusto popular y acción social organizada. En Bryson, Lyman (ed.), *The Communication of Ideas*. Harper (pp. 95-118), p. 105. 235 Communication U (18 de julio de 2018). *Robert Cialdini con Larry King* [Vídeo]. Vimeo. 236 Rampton, Sheldon & Stauber, John (2003). *Weapons of Mass Deception. The Uses of Propaganda in Bush's War on Iraq*. Penguin, p. 135. 237 Whiteaker, John & Konen, Sam (2022). Cognitive Warfare: Complexity and Simplicity. En Claverie, Bernard; Prébot, Baptiste; Buchler, Norbou & Du Cluzel, François (eds.), *Cognitive Warfare: The Future of Cognitive Dominance*. NATO-STO Collaboration Support Office (pp. 105-108), p. 108. 238 Lazer, David M. J. et al. (2018): La ciencia de las noticias falsas. *Science, 359*(6380), pp. 1094-1096. 239 Wunder, Michael (2022). Las narrativas abruman al mundo: Una "breve charla de hola". En Claverie, Bernard; Prébot, Baptiste; Buchler, Norbou & Du Cluzel, François (eds.), *Cognitive Warfare: The Future of Cognitive Dominance*. NATO-STO Collaboration Support Office (pp. 77-80), p. 78. 240 Reding, Dale F. & Wells, Bryan (2022). Cognitive Warfare: NATO, COVID-19 and the Impact of Emerging and Disruptive Technologies. En Gill, Ritu & Goolsby, Rebecca (eds.), *COVID-19 Disinformation: A Multi-National, Whole of Society Perspective*. Springer (pp. 25-46), p. 32. 241 Grimberg, Steffen (15 de marzo de 2022). Propaganda rusa. Por qué RT DE está prohibido dos veces. *MDR*. 242 Grimberg, Steffen (15 de marzo de 2022). Propaganda rusa. Por qué RT DE está prohibida dos veces. *MDR*. 243

Fazio, Lisa K. (2020). La repetición aumenta la verdad percibida incluso para falsedades conocidas. *Collabra: Psychology*, *6*(1). 244 Yarsike Ball, Deborah (24 de febrero de 2017). Nueva publicación de la División de Investigación - Protecting Falsehoods With a Bodyguard of Lies: Putin's Use of Information Warfare. *Escuela de Defensa de la OTAN*. 245 Test (30 de noviembre de 2021). *Desafío de Innovación de la OTAN - Otoño 2021* [Vídeo]. YouTube. 246 Huxley, Aldous (1958/1998). *Reunion with the brave new world*. Piper, p. 112. 247 Claverie, Bernard (2022). ¿Qué es la cognición? And how to make it one of the Ways of War. En Claverie, Bernard; Prébot, Baptiste; Buchler, Norbou & Du Cluzel, François (eds.), *Cognitive Warfare: The Future of Cognitive Dominance*. NATO-STO Collaboration Support Office (pp. 39-58) p. 47. 248 Reding, Dale F. & Wells, Bryan (2022). Cognitive Warfare: NATO, COVID-19 and the Impact of Emerging and Disruptive Technologies. En Gill, Ritu & Goolsby, Rebecca (eds.), *COVID-19 Disinformation: A Multi-National, Whole of Society Perspective*. Springer (pp. 25-46), p. 38. 249 Innolead (23 de octubre de 2020). Go for Launch: Wellnys, Veriphix & LEAD. *Líder en innovación*

III La guerra cognitiva como manipulación digital

1 Chabuk, Timur & Jonas, Adam (1 de septiembre de 2018). Entendiendo las operaciones de información rusas. *SIGNAL Magazine*. 2 Turner, Ash (15 de marzo de 2023). ¿Cuántos teléfonos inteligentes hay en el mundo? *BankMyCell*. Los datos se actualizan constantemente y actualmente no dejan de aumentar. 3 Du Cluzel, François (2021). *La guerra cognitiva*. Innovation Hub, p. 15. 4 Packard, Vance (1958). *The secret seducers*. ECON, p. 230. 5 Nye, Joseph S. (1997). *Understanding International Conflicts. An Introduction to Theory and History*. Longman, p. 234 y s.; Fang, Irving (1997). *A history of mass communication: Six information revolutions*. Routledge. 6 Nye, Joseph S. (2003). La revolución de la información y la paradoja del poder estadounidense. En *Proceedings of the ASIL Annual Meeting, 97*. Cambridge University Press (pp. 67-75), p. 67; Nye, Joseph S. (1997). *Understanding International Conflicts. An Introduction to Theory and History*. Longman, p. 231 y ss. 7 Claverie, Bernard & Du Cluzel, François (2022). "Cognitive Warfare": the Advent of the Concept of "Cognitics" in the Field of Warfare. En Claverie, Bernard; Prébot, Baptiste; Buchler, Norbou & Du Cluzel, François (eds.), *Cognitive Warfare: The Future of Cognitive Dominance*. NATO-STO Collaboration Support Office (pp. 25-32), p. 26. 8 Cadwalladr, Carole et al. (17 de marzo

de 2018). Denunciante de Cambridge Analytica: "Gastamos 1 millón de dólares en cosechar millones de perfiles de Facebook" - vídeo [Vídeo]. *Guardian News*. 9 Kutz, Magnus-Sebastian (2014). *Relaciones públicas en las guerras - Legitimación de las guerras de Kosovo, Afganistán e Irak en Alemania y Estados Unidos*. Springer, p. 274. 10 Robertson, Douglas. S. (1990). La revolución de la información. *Communication research*, *17*(2), (pp. 235-254), pp. 252-253. 11 Nye, Joseph S. (1997). *Understanding International Conflicts*. *An Introduction to Theory and History*. Longman, p. 231. 12 Cole, August & Le Guyader, Hervé (2020). *NATO's 6th Domain of Operations*. Innovation Hub, p. 25. 13 Edelman (21 de enero de 2017). Mailänder, Anna (1 de febrero de 2017). Barómetro de confianza Edelman 2017: La crisis de confianza global llega a Alemania. *Estudios Edelman*. 14 OTAN (8 de diciembre de 2021). Discurso de aceptación - por el Secretario General de la OTAN, Jens Stoltenberg, del Premio "Mihnea Constantinescu" al liderazgo basado en valores. *Nato.int*. 15 OTAN (8 de diciembre de 2021). Discurso de aceptación del Secretario General de la OTAN, Jens Stoltenberg, del Premio al Liderazgo Basado en Valores "Mihnea Constantinescu". *Nato.int*. 16 Fagan, Moira & Poushter, Jacob (9 de febrero de 2020). La OTAN es vista con buenos ojos por los Estados miembros. Muchos países miembros expresan reservas sobre el cumplimiento de las obligaciones de defensa colectiva del Artículo 5. *Centro de Investigación Pew*. 17 Atlamazoglou, Constantine (24 de septiembre de 2021). La OTAN sigue viviendo con las consecuencias de una decisión histórica que tomó horas después del 11-S. *Business Insider*. 18 NATO (última actualización: 20 de septiembre de 2022). Collective defence and Article 5. *Nato.int*. 19 Centro de Excelencia de Comunicaciones Estratégicas de la OTAN. *Acerca de las comunicaciones estratégicas*. 20 Centro de Excelencia de Comunicaciones Estratégicas de la OTAN. *Acerca de las comunicaciones estratégicas*. 21 Du Cluzel, François (2021). *Cognitive Warfare*. Innovation Hub, p. 8. 22 Claverie, Bernard & Du Cluzel, François (2022). "Cognitive Warfare": the Advent of the Concept of "Cognitics" in the Field of Warfare. En Claverie, Bernard; Prébot, Baptiste; Buchler, Norbou & Du Cluzel, François (eds.), *Cognitive Warfare: The Future of Cognitive Dominance*. NATO-STO Collaboration Support Office (pp. 25-32), p. 29. 23 Du Cluzel, François (2021). *Cognitive Warfare*. Innovation Hub, p. 18. 24 Montocchio, Philippe (2022). Prólogo - Por el Director Adjunto de la Oficina de Apoyo a la Colaboración de la OTAN (CSO). En Claverie, Bernard; Prébot, Baptiste; Buchler, Norbou & Du Cluzel, François (eds.), *Cognitive Warfare: The Future of Cognitive*

Dominance. NATO-STO Collaboration Support Office (pp. 12-13), p. 12. 25 Ahlgren, Matt (14 de marzo de 2023). Más de 100 estadísticas, hechos y tendencias de Internet para 2023. *Websiteranking/WSR*. Los datos se actualizan continuamente y actualmente están en constante aumento. 26 Zuboff, Shoshana (2018). *La era del capitalismo de la vigilancia*. Campus, p. 218. 27 Zuboff, Shoshana (2018). *La era del capitalismo de vigilancia*. Campus, p. 218. 28 Zuboff, Shoshana (2018). *La era del capitalismo de vigilancia*. Campus, p. 222. 29 NATOCanada (5 de octubre de 2021). *Canada - NATO Innovation Challenge Fall 2021: Cognitive Warfare* [Vídeo]. YouTube. 30 Cole, August & Le Guyader, Hervé (2020). *NATO's 6th Domain of Operations*. Innovation Hub, p. 23. 31 Zuboff, Shoshana (2018). *La era del capitalismo de la vigilancia*. Campus, p. 217. 32 Zuboff, Shoshana (2018). *La era del capitalismo de la vigilancia*. Campus, p. 116. 33 Simitis, Spiros (1987). Revisando la privacidad en una sociedad de la información. *University of Pennsylvania law review*, *135*(3), (pp. 707-746), p. 726. 34 Claverie, Bernard & Du Cluzel, François (2022). "Cognitive Warfare": the Advent of the Concept of "Cognitics" in the Field of Warfare. En Claverie, Bernard; Prébot, Baptiste; Buchler, Norbou & Du Cluzel, François (eds.), *Cognitive Warfare: The Future of Cognitive Dominance*. NATO-STO Collaboration Support Office (pp. 25-32), p. 29. 35 Du Cluzel, François (2021). *Cognitive Warfare*. Innovation Hub, p. 10. 36 Lanata, André (2022). Prefacio - Por el Comandante Supremo Aliado Transformación. En Claverie, Bernard; Prébot, Baptiste; Buchler, Norbou & Du Cluzel, François (eds.), *Cognitive Warfare: The Future of Cognitive Dominance*. NATO-STO Collaboration Support Office (pp. 14-15), p. 14. 37 Orinx, Kimberly & Struye de Swielande, Tanguy (2022). China y la guerra cognitiva: ¿Por qué está perdiendo Occidente? En Claverie, Bernard; Prébot, Baptiste; Buchler, Norbou & Du Cluzel, François (eds.), *Cognitive Warfare: The Future of Cognitive Dominance*. NATO-STO Collaboration Support Office (pp. 81-88), p. 83. 38 El artículo especializado sobre este tema al que se refiere du Cluzel es: Wanless, Alicia & Berk, Michael (2021). Participatory propaganda: The engagement of audiences in the spread of persuasive communications. *Social Media and Social Order*, pp. 111-139. 39 Du Cluzel, François (2021). *Cognitive Warfare*. Innovation Hub, p. 9. 40 Wanless, Alicia & Berk, Michael (2021). Participatory propaganda: The engagement of audiences in the spread of persuasive communications. *Social Media and Social Order*, (pp. 111-139), pp. 116-117. 41 Cobbe, Jennifer (15 de octubre de 2020). Detrás de Cambridge Analytica se escondía una amenaza mayor para nuestra democracia: Facebook. *The Guardian*. 42

Goffman, Erving (1983). *Todos jugamos al teatro*. Piper Verlag. 43 Goffman, Erving (1983). *We all play theatre*. Piper Verlag, p. 25. 44 Goffman, Erving (1983). *Todos jugamos al teatro*. Piper Verlag, p. 105. 45 Zuboff, Shoshana (2018). *La era del capitalismo de vigilancia*. Campus, p. 540. 46 Zuboff, Shoshana (2018). *La era del capitalismo de vigilancia*. Campus, p. 540. 47 Du Cluzel, François (2021). *La guerra cognitiva*. Innovation Hub, p. 7. 48 Andrews, Edmund L. (12 de abril de 2018). La ciencia detrás de Cambridge Analytica: ¿funciona la elaboración de perfiles psicológicos? Los investigadores que alertaron sobre los abusos de los datos de Facebook muestran cómo la elaboración de perfiles psicológicos obtiene resultados. *Stanford Graduate School of Business*; Matz, Sandra C.; Kosinski, Michael; Nave, Gideon & Stillwell, David J. (2017). La segmentación psicológica como enfoque eficaz para la persuasión masiva digital. *Proceedings of the national academy of sciences*, *114*(48), pp. 12714-12719. 49 Grassegger, Hannes & Krogerus, Mikael (Publicado: 20 de marzo de 2018, Actualizado: 24 de junio de 2022). "Acabo de demostrar que la bomba existe". El psicólogo Michal Kosinski sabe analizar a las personas según su comportamiento en Facebook. *Tages-Anzeiger*. 50 Cadwalladr, Carole (18 de marzo de 2018). "Hice la herramienta de guerra psicológica de Steve Bannon": conoce a la denunciante de la guerra de datos. *The Guardian*. 51 Tracy, Phillip (23 de abril de 2018). El profesor que vendió los datos de 87 millones de usuarios de Facebook dice estar "sinceramente arrepentido". *The Daily Dot*. 52 Cadwalladr, Carole (18 de marzo de 2018). "Hice la herramienta de guerra psicológica de Steve Bannon": conoce a la denunciante de la guerra de datos. *The Guardian*. 53 Amer, Karim & Noujaim, Jehane (directores). (2019). *El gran hackeo* [película]. The Othrs. 54 Concordia (27 de septiembre de 2016). *El poder de los Big Data y la psicografía | 2016 Concordia Annual Summit* [Vídeo]. YouTube. 55 Concordia (27 de septiembre de 2016). *El poder del Big Data y la psicografía | 2016 Concordia Annual Summit* [Vídeo]. YouTube. 56 Chayka, Doug (mayo/junio de 2018). Capa y datos: la verdadera historia tras el ascenso y caída de Cambridge Analytica. *Mother Jones*. 57 Cadwalladr, Carole et al. (17 de marzo de 2018). Delator de Cambridge Analytica: "Gastamos 1 millón de dólares en cosechar millones de perfiles de Facebook" - vídeo [Vídeo]. *Guardian News*. 58 1-3 de junio de 2021. *Cognition Workshop*. *Soluciones innovadoras para mejorar la cognición*. Innovation Hub, p. 3. 59 Confessore, Nicholas & Hakim, Danny (6 de marzo de 2017). Data Firm Says 'Secret Sauce' Aided Trump; Many Scoff. *The New York Times*. 60 Equipo de investigación de Channel 4

News (19 de marzo de 2018). Revelado: Asesores electorales de Trump filmados diciendo que usan sobornos y trabajadoras sexuales para atrapar a políticos. *Channel 4 News*. 61 Chayka, Doug (mayo/junio de 2018). Capa y datos: la verdadera historia tras el ascenso y caída de Cambridge Analytica. *Mother Jones*. 62 Cadwalladr, Carole et al. (17 de marzo de 2018). Delator de Cambridge Analytica: "Gastamos 1 millón de dólares en cosechar millones de perfiles de Facebook" - vídeo [Vídeo]. *Guardian News*. 63 Cadwalladr, Carole (18 de marzo de 2018). "Hice la herramienta de guerra psicológica de Steve Bannon": conoce a la denunciante de la guerra de datos. *The Guardian*. 64 Cobbe, Jennifer (15 de octubre de 2020). Detrás de Cambridge Analytica se escondía una amenaza mayor para nuestra democracia: Facebook. *The Guardian*. 65 Tracy, Phillip (23 de abril de 2018). El profesor que vendió los datos de 87 millones de usuarios de Facebook dice estar "sinceramente arrepentido". *The Daily Dot*. 66 Chessen, Matt (2017). *The Madcom Future: How Artificial Intelligence will enhance Computational Propaganda, reprogram Human Culture, and threaten Democracy ... and What can be done about it*. Atlantic Council. 67 Du Cluzel, François (2021). *Cognitive Warfare*. Innovation Hub, p. 9; Zuboff, Shoshana (2018). *La era del capitalismo de la vigilancia*. Campus. 68 Du Cluzel, François (2021). *La guerra cognitiva*. Innovation Hub, p. 10. 69 Orinx, Kimberly & Struye de Swielande, Tanguy (2022). China y la guerra cognitiva: ¿Por qué está perdiendo Occidente? En Claverie, Bernard; Prébot, Baptiste; Buchler, Norbou & Du Cluzel, François (eds.), *Cognitive Warfare: The Future of Cognitive Dominance*. NATO-STO Collaboration Support Office (pp. 81-88), p. 83. 70 Cadwalladr, Carole (18 de marzo de 2018). "Hice la herramienta de guerra psicológica de Steve Bannon": conoce a la denunciante de la guerra de datos. *The Guardian*. 71 Claverie, Bernard & Du Cluzel, François (2022). "Cognitive Warfare": the Advent of the Concept of "Cognitics" in the Field of Warfare. En Claverie, Bernard; Prébot, Baptiste; Buchler, Norbou & Du Cluzel, François (eds.), *Cognitive Warfare: The Future of Cognitive Dominance*. NATO-STO Collaboration Support Office (pp. 25-32), p. 26. 72 Dixon, S. (13 de febrero de 2023). Number of global social network users 2017-2027. *Statista*. 73 Chessen, Matt (2017). *The Madcom Future: How Artificial Intelligence will enhance Computational Propaganda, reprogram Human Culture, and threaten Democracy ... and What can be done about it*. Atlantic Council. 74 Stiller, Eran (22 de septiembre de 2021). Data Collection, Standardisation and Usage at Scale in the Uber Rider App. *InfoQ*; Uber: Uber's Big Data Platform: 100+ Petabytes with Minute Latency. *Blog de Uber*. 75 Voytek

(26 de marzo de 2012). Rides of Glory. *Uber/#Uberdata/Web.archive.org*. 76 Voytek (26 de marzo de 2012). Rides of Glory. *Uber/#Uberdata/Web.archive.org*. 77 CBS Bay Area (18 de noviembre de 2014). Uber Crunches User Data To Determine Where The Most 'One-Night Stands' Come From. *CBS News*. 78 Spiegel Netzwelt (8 de enero de 2015). Uber analiza los ligues de una noche de sus usuarios. *Der Spiegel*. 79 Ryssdal, Kai (18 de noviembre de 2014). Los datos de Uber plantean una cuestión espeluznante sobre la empresa. *Minnesota Public Radio/Marketplace*. 80 Spiegel Netzwelt (8 de enero de 2015). Uber analiza los ligues de una noche de sus usuarios. *Der Spiegel*. 81 Levine, Yasha (20 de diciembre de 2018). La Tierra de Google: cómo el gigante tecnológico ayuda al Estado a espiarnos. *The Guardian*. 82 Levine, Yasha (2018). *Surveillance Valley*. *La historia militar secreta de Internet*. PublicAffairs, p. 171. 83 Leaders (6 de mayo de 2017). El recurso más valioso del mundo ya no es el petróleo, sino los datos. La economía de los datos exige un nuevo enfoque de las normas antimonopolio. *The Economist*. 84 Hübner, Alexander (29 de diciembre de 2021). Estas son las empresas más valiosas del mundo. *Deutsche Welle*. 85 Levine, Yasha (2018). *Surveillance Valley*. *La historia militar secreta de Internet*. PublicAffairs, p. 178. 86 Epstein, Robert & Robertson, Ronald E. (2015). El efecto de manipulación de los motores de búsqueda (SEME) y su posible impacto en los resultados de las elecciones. *Actas de la Academia Nacional de Ciencias*, *112*(33), pp. E4512-E4521. 87 Pomeroy, Robin (30 de septiembre de 2022). Tackling disinformation - how can we combat the lies that go viral? *Foro Económico Mundial*. 88 Kumar, Karishma (22 de septiembre de 2020). ¿Cómo llegar a lo más alto en Google? *The Media Company*. 89 Richey, Sean & Taylor, J. Benjamin (2018). *Google y la democracia*. *La política y el poder de Internet*. Routledge, p. 28 y ss. 90 Peston, Robert (29 de octubre de 2007). Merrill's mess. *BBC News*. 91 Peston, Robert (2 de julio de 2014). Por qué Google me ha echado al olvido? *BBC News*. 92 Panorama (29 de septiembre de 2021). Destacados canales eliminados - Tras RT, YouTube se enfrenta ahora a los opositores a la vacunación. *Die Welt*. 93 Panorama (29 de septiembre de 2021). Canales destacados eliminados - Tras RT, YouTube se enfrenta ahora a los contrarios a la vacunación. *Die Welt*; Frenkel, Sheera (24 de julio de 2021/25 de noviembre de 2022). The Most Influential Spreader of Coronavirus Misinformation Online. *The New York Times*. 94 Röttger, Tania (10 de diciembre de 2021). Why RT DE was deleted from YouTube - and what's inconsistent about it. *CORRECTIV*. 95 Erle, Michael (29 de abril de 2020). La censura en tiempos de Corona. *politik-digital*; Desde

una perspectiva histórica, cabe señalar que "sin alguna forma de censura, la propaganda [...] es imposible", como reconocía Walter Lippmann (Lippmann, Walter (1922). *Public Opinion*. Harcourt, Brace and Company, p. 43). 96 Thompson, Derek (1 de octubre de 2010). Google's CEO: 5The Laws Are Written by Lobbyists'. Eric Schmidt sobre el poder de los grupos de presión, un "implante" de Google y cómo China se parece a una gran empresa. *The Atlantic*. 97 Copeland, Rob (11 de noviembre de 2019). El "Proyecto Nightingale" de Google recopila datos personales sobre la salud de millones de estadounidenses. *The Wall Street Journal*. 98 Pilkington, Ed (12 de noviembre de 2019). Google's secret cache of medical data includes names and full details of millions - whistleblower. *The Guardian*. 99 Anonymous (14 de noviembre de 2019). Soy el denunciante de Google. Los datos médicos de millones de estadounidenses están en riesgo. *The Guardian*. 100 Copeland, Rob (11 de noviembre de 2019). El "Proyecto Nightingale" de Google recopila datos personales de salud de millones de estadounidenses. *The Wall Street Journal*. 101 Dowd, Trone (10 de abril de 2020). Snowden advierte de que los Gobiernos usan el coronavirus para construir 'la arquitectura de la opresión'. *Vice News*. 102 Statewatch (22 de julio de 2022). EEUU ofrece a Estados extranjeros acceso a 1.100 millones de "encuentros" biométricos a cambio de acceso recíproco a bases de datos. *Statewatch.org*. 103 Homeland Security. Programa de Intercambio Internacional de Información Biométrica (IBIS) del DHS. *Departamento de Seguridad Nacional de los Estados Unidos*. 104 Concordia (27 de septiembre de 2016). *El poder de los Big Data y la psicografía | 2016 Concordia Annual Summit* [Vídeo]. YouTube. 105 Stoll, Julia (20 de enero de 2023). Número de suscriptores de pago de Netflix en todo el mundo del primer trimestre de 2013 al cuarto trimestre de 2022 (en millones). *Statista*. 106 Scipioni, Jade (18 de septiembre de 2019). 'Cualquiera' podría haber construido Netflix, según su cofundador. *CNBC/make it*. 107 Businesswire (23 de mayo de 2013). Looker incorpora a un ex ejecutivo de Greenplum/EMC como presidente y a un ex consejero delegado de Netflix como miembro del consejo. *Business Wire*. 108 Könitzer, Hannes (25 de abril de 2022). Cifras actuales de usuarios de Netflix en Alemania y en todo el mundo (2022). *Championstream*. 109 Netflix (11 de diciembre de 2017). A las 53 personas que han visto Un príncipe de Navidad todos los días durante los últimos 18 días: ¿Quién te ha hecho daño? *Twitter.com*. 110 Tsukayama, Hayley (11 de diciembre de 2017). El "espeluznante" tuit de Netflix nos recuerda a todos lo cerca que nos vigila. *The Washington Post*. 111

Maheshwari, Sapna (17 de diciembre de 2017). Netflix y Spotify preguntan: ¿Puede la minería de datos hacer anuncios lindos? *The New York Times*. 112 Una de estas listas de reproducción era: "One Night Stand With Jeb Bush Like He's a Bond Girl in a European Casino", citado de: Tsukayama, Hayley (11 de diciembre de 2017). El 'espeluznante' tuit de Netflix nos recuerda a todos lo cerca que nos vigila. *The Washington Post*. 113 Maheshwari, Sapna (17 de diciembre de 2017). Netflix y Spotify preguntan: ¿Puede la minería de datos hacer anuncios lindos? *The New York Times*; Murphy, Margi (12 de diciembre de 2017). Un espeluznante tuit de Netflix sobre los hábitos televisivos de los espectadores suscita dudas sobre la privacidad. *The Telegraph*. 114 Shachtman, Noah (5 de febrero de 2009). 27.000 personas trabajan en las relaciones públicas y el reclutamiento del Pentágono. *Wired Magazine*. 115 Brupbacher, Marc (12 de febrero de 2009). 27.000 asesores de relaciones públicas pulen la imagen de EEUU. *Tages-Anzeiger*. 116 Brupbacher, Marc (12 de febrero de 2009). 27.000 asesores de relaciones públicas pulen la imagen de EEUU. *Tages-Anzeiger*. 117 Associated Press (6 de febrero de 2009). AP Impact: Pentagon boosts spending on PR. *Los Angeles Daily News*. 118 Associated Press (6 de febrero de 2009). AP Impact: Pentagon boosts spending on PR. *Los Angeles Daily News*. 119 Arkin, William M. (17 de marzo de 2021). Exclusiva: Inside the Military's Secret Undercover Army. *Newsweek*. 120 Arkin, William M. (17 de marzo de 2021). Exclusive: Inside the Military's Secret Undercover Army. *Newsweek*. 121 Arkin, William M. (17 de marzo de 2021). Exclusive: Inside the Military's Secret Undercover Army. *Newsweek*. 122 Foro Económico Mundial o World Economic Forum. 123 Pomeroy, Robin & Court, Alexander (26 de noviembre de 2020). No hay vacuna para la infodemia: ¿cómo combatir el virus de la desinformación? *Foro Económico Mundial*. 124 Reding, Dale F. & Wells, Bryan (2022). Cognitive Warfare: NATO, COVID-19 and the Impact of Emerging and Disruptive Technologies. En Gill, Ritu & Goolsby, Rebecca (eds.), *COVID-19 Disinformation: A Multi-National, Whole of Society Perspective*. Springer (pp. 25-46), p. 28. 125 Orf, Darren (15 de febrero de 2015). El Ejército británico crea un batallón de "guerreros de Facebook". *Gizmodo*. 126 Jones, Sam (31 de enero de 2015). El Ejército resucita a los Chindits como "guerreros de Facebook" para la batalla inteligente. *Financial Times*. 127 Reding, Dale F. & Wells, Bryan (2022). Cognitive Warfare: NATO, COVID-19 and the Impact of Emerging and Disruptive Technologies. En Gill, Ritu & Goolsby, Rebecca (eds.), *COVID-19 Disinformation: A Multi-National, Whole of Society Perspective*. Springer (pp. 25-46), p. 41. 128 Kim, Tae

Warren (5 de mayo de 2018). Buffett: El riesgo de ciberseguridad 'es territorio inexplorado. Va a empeorar, no a mejorar'. *CNBC*. 129 Aronhime, Lawrence & Cocron, Alexander (19 de julio de 2021). NATO's Innovation Challenge. *Revista de la OTAN*. 130 Tögel, Jonas (16 de noviembre de 2022). "Cognitive Warfare": NATO plans the war for minds. *Multipolar*. 131 Ganadores del Desafío a la Innovación. Comprueba cómo lo están haciendo los anteriores ganadores del Desafío de Innovación de la OTAN o infórmate sobre el Desafío de Innovación en curso. *Centro de Innovación*. 132 Prueba (30.11.2021). *Desafío a la Innovación de la OTAN - Otoño 2021* [Vídeo]. YouTube. 133 NATO ACT (2 de diciembre de 2021). Team Veriphix Inc Announced as Winner of the NATO Innovation Challenge - Fall 2021 Iteration. *Mando Aliado de Transformación*. 134 X-Veriphix. *Press*. 135 X-Veriphix. *Inicio*. 136 Breaking Math (22 de agosto de 2021). *62: La bomba atómica de las operaciones de información (Entrevista con John Fuisz, de Veriphix)* [Podcast]. Spreaker; Innolead (23 de octubre de 2020). A por el lanzamiento: Wellnys, Veriphix y LEAD. *Líder en innovación*. 137 Esta observación de Veriphix no es nueva. Ya en 1921, Walter Lippmann suponía que la gente reaccionaría a las "imágenes de su cabeza" (p. 4) y, por tanto, a un "pseudoentorno" (p. 15), pero que estas reacciones tendrían lugar en el "entorno real" (p. 15) y, por tanto, crearían hechos reales (Lippmann, Walter (1922). *La opinión pública*. Harcourt, Brace and Company). 138 Test (30 de noviembre de 2021). *NATO Innovation Challenge - Fall 2021* [Vídeo]. YouTube. 139 X-Veriphix. *Acerca de*. 140 Ennis, John (9 de julio de 2021). John Fuisz - Forest for the Trees. *AigoraCast*. 141 Innolead (23 de octubre de 2020). Go for Launch: Wellnys, Veriphix & LEAD. *Innovation Leader*. 142 Breaking Math (22 de agosto de 2021). *62: The Atom Bomb of Information Operations (An Interview with John Fuisz of Veriphix)* [Podcast]. Spreaker. 143 Breaking Math (22 de agosto de 2021). *62: La bomba atómica de las operaciones de información (Entrevista con John Fuisz de Veriphix)* [Podcast]. Spreaker. 144 Breaking Math (22 de agosto de 2021). *62: La bomba atómica de las operaciones de información (Entrevista con John Fuisz de Veriphix)* [Podcast]. Spreaker. 145 Breaking Math (22 de agosto de 2021). *62: La bomba atómica de las operaciones de información (Entrevista con John Fuisz de Veriphix)* [Podcast]. Spreaker. 146 Test (30 de noviembre de 2021). *Desafío de Innovación de la OTAN - Otoño 2021* [Vídeo]. YouTube. 147 Modern War Institute (29 de octubre de 2018). *Dr James Giordano: El cerebro es el campo de batalla del futuro* [Vídeo]. YouTube; Du Cluzel, François (2021). *La guerra cognitiva*. Innovation Hub, p. 16. 148 Lapowsky, Issie (18 de

febrero de 2019). NATO Group Catfished Soldiers to Prove a Point About Privacy. *Wired Magazine*. 149 Reding, Dale F. & Wells, Bryan (2022). Cognitive Warfare: NATO, COVID-19 and the Impact of Emerging and Disruptive Technologies. En Gill, Ritu & Goolsby, Rebecca (eds.), *COVID-19 Disinformation: A Multi-National, Whole of Society Perspective*. Springer (pp. 25-46), p. 28. 150 Claverie, Bernard & Du Cluzel, François (2022). "Cognitive Warfare": the Advent of the Concept of "Cognitics" in the Field of Warfare. En Claverie, Bernard; Prébot, Baptiste; Buchler, Norbou & Du Cluzel, François (eds.), *Cognitive Warfare: The Future of Cognitive Dominance*. NATO-STO Collaboration Support Office (pp. 25-32), p. 27. 151 Buchler, Norbou (2022). Technical Maturity of Human Network Cognitive Systems (Madurez técnica de los sistemas cognitivos de la red humana). En Claverie, Bernard; Prébot, Baptiste; Buchler, Norbou & Du Cluzel, François (eds.), *Cognitive Warfare: The Future of Cognitive Dominance*. NATO-STO Collaboration Support Office (pp. 65-76), p. 65

IV La guerra cognitiva como manipulación cultural

1 Estratega militar chino, ca. 500 a.C.

2 Lanata, André (2022). Prefacio - Por el Comandante Supremo Aliado Transformación. En Claverie, Bernard; Prébot, Baptiste; Buchler, Norbou & Du Cluzel, François (eds.), *Cognitive Warfare: The Future of Cognitive Dominance*. NATO-STO Collaboration Support Office (pp. 14-15), p. 14.

3 Schwab, Klaus (20 de enero de 2022). Gobernanza 4.0: Estos tres aspectos caracterizan la nueva forma de liderazgo. *Handelsblatt*.

4 Kennedy, Paul (1991). *The Rise and Fall of the Great Powers - Economic Change and Military Conflict from 1500 to 2000*. Fischer, p. 650.

5 Milgram, Stanley (1974/2017). *El experimento de Milgram. Sobre la disposición a obedecer a la autoridad*. Rowohlt, p. 166.

6 Cole, August & Le Guyader, Hervé (2020). *El 6º dominio de operaciones de la OTAN*. Innovation Hub, p. 8.

7 Claverie, Bernard; Prébot, Baptiste; Buchler, Norbou & Du Cluzel, François (2022). La guerra cognitiva. Resumen. En Claverie, Bernard; Prébot, Baptiste; Buchler, Norbou & Du Cluzel, François (eds.), *Cognitive Warfare: The Future of*

Cognitive Dominance. NATO-STO Collaboration Support Office (pp. 21-22), p. 21.

8 Rotte, Ralph (2022). La desinformación selectiva como elemento de los conflictos híbridos. En Eleftheriadi-Zacharaki, Sofia; Hebing, Sönke; Manstetten, Gerald & Paganini, Simone (eds.), *Dealing with Fake News, Lies and Conspiracy. Interdisciplinary perspectives*. Nomos (pp. 69-82), p. 74.

9 Montocchio, Philippe (2022). Prólogo - Por el Director Adjunto de la Oficina de Apoyo a la Colaboración de la OTAN (CSO). En Claverie, Bernard; Prébot, Baptiste; Buchler, Norbou & Du Cluzel, François (eds.), *Cognitive Warfare: The Future of Cognitive Dominance*. NATO-STO Collaboration Support Office (pp. 12-13), p. 13.

10 NATOCanada (5 de octubre de 2021). *Canada - NATO Innovation Challenge* Fall 2021: Cognitive Warfare [Vídeo]. YouTube.

11 Claverie, Bernard & Du Cluzel, François (2022). "Cognitive Warfare": the Advent of the Concept of "Cognitics" in the Field of Warfare. En Claverie, Bernard; Prébot, Baptiste; Buchler, Norbou & Du Cluzel, François (eds.), *Cognitive Warfare: The Future of Cognitive Dominance*. NATO-STO Collaboration Support Office (pp. 25-32), p. 29.

12 Rotte, Ralph (2022). La desinformación selectiva como elemento de los conflictos híbridos. En Eleftheriadi-Zacharaki, Sofia; Hebing, Sönke; Manstetten, Gerald & Paganini, Simone (eds.) *Dealing with fake news, lies and conspiracy. Interdisciplinary perspectives*. Nomos (pp. 69-82), p. 75 y ss.

13 Milgram, Stanley (1974/2017). *El experimento de Milgram. Sobre la disposición a obedecer a la autoridad*. Rowohlt, p. 169.

14 Rompiendo las matemáticas (22 de agosto de 2021). *62: The Atom Bomb of Information Operations (An Interview with John Fuisz of Veriphix)* [Podcast]. Spreaker.

15 Nye, Joseph S. (1997). *Understanding International Conflicts. An Introduction to Theory and History*. Longman, p. 130. 16 Nye, Joseph S. (1997). *Understanding International Conflicts. An Introduction to Theory and History. Longman*, p. 131 17 Fukuyama, Francis (1989). ¿El fin de la historia? *The national interest* (16), pp. 3-18. 18 Freedomhouse. Puntuaciones de la libertad en el mundo 2017. *Freedomhouse.org*. 19 Reding, Dale F. & Wells, Bryan (2022). Cognitive Warfare: NATO, COVID-19 and the

Impact of Emerging and Disruptive Technologies. En Gill, Ritu & Goolsby, Rebecca (eds.), *COVID-19 Disinformation: A Multi-National, Whole of Society Perspective*. Springer (pp. 25-46), p. 27 f. 20 Friedman, George (23 de febrero de 2015). Europa: ¿Destinada al conflicto? [Vídeo]. *Chicago Council on Global Affairs*. 21 Hoffman, David (6 de marzo de 200). Putin Says "Why Not?" to Russia Joining NATO. *The Washington Post*. 22 Friedman, George (23 de febrero de 2015). Europa: ¿Destinada al conflicto? [Vídeo]. *Consejo de Chicago sobre Asuntos Globales*. 23 Schreyer, Paul (18 de julio de 2022). Formación Masiva de la Conciencia Mundial. *Multipolar*. 24 Pomerantsev, Peter (9 de septiembre de 2014). Rusia y la amenaza de la irrealidad. Cómo Vladimir Putin está revolucionando la guerra de la información. *The Atlantic*. 25 Reding, Dale F. & Wells, Bryan (2022). Cognitive Warfare: NATO, COVID-19 and the Impact of Emerging and Disruptive Technologies. En Gill, Ritu & Goolsby, Rebecca (eds.), *COVID-19 Disinformation: A Multi-National, Whole of Society Perspective*. Springer (pp. 25-46), p. 33; Blachford, Kevin (2020). Western orientalism and the threat from Russia. *Comparative Strategy*, *39*(4), pp. 354-367. 26 Du Cluzel, François (2021). *Cognitive Warfare*. Innovation Hub, p. 26; Giles, Keir (2018). *Control reflexivo ruso*. DRDC-Toronto Research Centre, Defence Research and Development Canada. 27 Reding, Dale F. & Wells, Bryan (2022). Cognitive Warfare: NATO, COVID-19 and the Impact of Emerging and Disruptive Technologies. En Gill, Ritu & Goolsby, Rebecca (eds.), *COVID-19 Disinformation: A Multi-National, Whole of Society Perspective*. Springer (pp. 25-46), p. 33. 28 1-3 de junio de 2021. *Cognition Workshop*. *Soluciones innovadoras para mejorar la cognición*. Innovation Hub, p. 30. 29 Schreyer, Paul (18 de julio de 2022). Formación Masiva de la Conciencia Mundial. *Multipolar*. 30 Schreyer, Paul (18 de julio de 2022). Formación masiva de la conciencia mundial. *Multipolar*. 31 Ryabikova, Viktoria (31 de agosto de 2020). Generosa inyección financiera: Cómo Rusia promueve el matrimonio clásico. *Russia Beyond*. 32 Eidam & Partner. Valores culturales en Rusia. Una guía para las empresas. *Eidam & Partner. Los expertos extranjeros*. 33 Schreyer, Paul (18 de julio de 2022). Formación masiva de la conciencia mundial. *Multipolar*. 34 Geoană, Mircea (2020). NATO Deputy Secretary General, Prólogo. En Gill, Ritu & Goolsby, Rebecca (eds.), *COVID-19 Disinformation: A Multi-National, Whole of Society Perspective*. Springer (Prólogo), p. v. 35 Koch, Matthias (15 de febrero de 2022). Rusia está perdiendo la batalla por los corazones y las mentes de Europa. *Red Editorial Alemania*. 36 Röper, Thomas (18 de agosto de 2022). Putin's reckoning with

the "Western globalist elites" in original soundbite. *Anti-Spiegel*. 37 Kennan, George F. (5 de febrero de 1997). A Fateful Error. *The New York Times*. 38 creacciona (22 de junio de 2022). *Documental SEARCH,FIND, TELL (por Alexander Alexanyan)* [Vídeo]. YouTube. 39 Orinx, Kimberly & Struye de Swielande, Tanguy (2022). China y la guerra cognitiva: ¿Por qué está perdiendo Occidente? En Claverie, Bernard; Prébot, Baptiste; Buchler, Norbou & Du Cluzel, François (eds.), *Cognitive Warfare: The Future of Cognitive Dominance*. NATO-STO Collaboration Support Office (pp. 81-88), p. 81. 40 Speranza, Lauren (8 de julio de 2020). China es el nuevo problema de la OTAN. La alianza ha estado tan centrada en Moscú que ha pasado por alto la creciente influencia de Pekín en Europa. *Foreign Policy Magazine*. 41 Geoană, Mircea (2020). NATO Deputy Secretary General, Prólogo. En Gill, Ritu & Goolsby, Rebecca (eds.), *COVID-19 Disinformation: A Multi-National, Whole of Society Perspective*. Springer (prólogo), p. vi. 42 Geoană, Mircea (2020). Vicesecretario General de la OTAN, Prólogo. En Gill, Ritu & Goolsby, Rebecca (eds.), *COVID-19 Disinformation: A Multi-National, Whole of Society Perspective*. Springer (prólogo), p. vi. 43 Orinx, Kimberly & Struye de Swielande, Tanguy (2022). China y la guerra cognitiva: ¿Por qué está perdiendo Occidente? En Claverie, Bernard; Prébot, Baptiste; Buchler, Norbou & Du Cluzel, François (eds.), *Cognitive Warfare: The Future of Cognitive Dominance*. NATO-STO Collaboration Support Office (pp. 81-88), pp. 82 f. 44 Bienvenue, Emily; Rogers, Zac & Troath, Sian (20 de septiembre de 2018). Guerra cognitiva. La guerra cognitiva es la lucha que tenemos y debemos reorientarnos para afrontar este reto. *The Cove*. 45 Cheng, Dean (17 de julio de 2013). CHENG: Ganar una guerra sin luchar. *The Washington Times*. 46 Orinx, Kimberly & Struye de Swielande, Tanguy (2022). China y la guerra cognitiva: ¿Por qué está perdiendo Occidente? En Claverie, Bernard; Prébot, Baptiste; Buchler, Norbou & Du Cluzel, François (eds.), *Cognitive Warfare: The Future of Cognitive Dominance*. NATO-STO Collaboration Support Office (pp. 81-88), p. 81. 47 Cagnassola, Mary Ellen (2 de junio de 2021). Xi Jinping Wants to Portray More 'Lovable' Image of China, State Run Media Says. *Newsweek*. 48 Bosco, Joseph (22 de junio de 2021). China has declared information warfare against America - Biden must respond vigorously. *The Hill*. 49 Instituto Confucio de Bonn. *Institutos Confucio de todo el mundo*. 50 Orinx, Kimberly & Struye de Swielande, Tanguy (2022). China y la guerra cognitiva: ¿Por qué está perdiendo Occidente? En Claverie, Bernard; Prébot, Baptiste; Buchler, Norbou & Du Cluzel, François (eds.), *Cognitive Warfare: The Future of*

Cognitive Dominance. NATO-STO Collaboration Support Office (pp. 81-88), pp. 81, 84. 51 Du Cluzel, François (2021). *Cognitive Warfare*. Innovation Hub, p. 6. 52 Claverie, Bernard & Du Cluzel, François (2022). "Cognitive Warfare": the Advent of the Concept of "Cognitics" in the Field of Warfare. En Claverie, Bernard; Prébot, Baptiste; Buchler, Norbou & Du Cluzel, François (eds.), *Cognitive Warfare: The Future of Cognitive Dominance*. NATO-STO Collaboration Support Office (pp. 25-32), p. 27. 53 Blumenthal, Max (17 de diciembre de 2018). Dentro del templo de la propaganda encubierta: La Iniciativa de Integridad y la escandalosa guerra de la información del Reino Unido. *The Grayzone*. 54 Rötzer, Florian (24 de enero de 2019). La Iniciativa de Integridad pasa a la clandestinidad. *Telepolis*. 55 Swiss Policy Research (agosto de 2022). La "Iniciativa de integridad". *Swprs.org*; McKeigue, Paul; Miller, David; Mason, Jake & Robinson, Piers (21 de diciembre de 2018). Nota informativa sobre la Iniciativa de Integridad. *Grupo de trabajo sobre Siria, propaganda y medios de comunicación*. 56 Blumenthal, Max (17 de diciembre de 2018). Dentro del templo de la propaganda encubierta: La Iniciativa de Integridad y la escandalosa guerra informativa del Reino Unido. *The Grayzone*. 57 Díez, Anabel & Casqueiro, Javier (8 de junio de 2018). El primer ministro español ficha a un partidario de Rusia como director de Seguridad Nacional. *El País*. 58 Klarenberg, Kit (24 de agosto de 2019). Lazos dañinos: Por qué Alemania es el 'objetivo más importante' de la Iniciativa de Integridad. *Medium*. 59 Friedman, George (23 de febrero de 2015). Europa: ¿Destinada al conflicto? [Vídeo]. *Consejo de Chicago sobre Asuntos Globales*. 60 Integrity Initiative (23 de febrero de 2018). El señor Corbyn era un "idiota útil", en la frase apócrifamente atribuida a Lenin. [...]. *Twitter.com*. 61 Williamson, Chris (11 de diciembre de 2018). Este Gobierno tory ha financiado a una organización que se ha entrometido en la política interna de nuestros vecinos europeos mientras atacaba a @jeremycorbyn. [...]. *Twitter.com*. 62 Berger, Jens (7 de enero de 2019). Iniciativa de integridad - Propaganda de la OTAN también en Alemania. *NachDenkSeiten*. 63 Rötzer, Florian. Tema: feed RSS de la Iniciativa de Integridad: Integrity Initiative. Todos los mensajes sobre: Integrity Initiative. *Telepolis*. 64 Reding, Dale F. & Wells, Bryan (2022). Cognitive Warfare: NATO, COVID-19 and the Impact of Emerging and Disruptive Technologies. En Gill, Ritu & Goolsby, Rebecca (eds.), *COVID-19 Disinformation: A Multi-National, Whole of Society Perspective*. Springer (pp. 25-46), p. 28. 65 Kurz, Constanze (25 de diciembre de 2018). El escándalo de la desinformación casera. *Frankfurter Allgemeine Zeitung*. 66 Cole, August & Le Guyader, Hervé (2020). *El 6º*

dominio de operaciones de la OTAN. Innovation Hub, p. 21. 67 Kurz, Constanze (25 de diciembre de 2018). El escándalo de la desinformación casera. *Frankfurter Allgemeine Zeitung*. 68 citado de: Proper Gander (17 de abril de 2016). *Propaganda, relaciones públicas, marketing y publicidad - Ivy Lee y Edward Bernays* [Vídeo]. YouTube. 69 Buchler, Norbou (2022). Madurez técnica de los sistemas cognitivos de la red humana. En Claverie, Bernard; Prébot, Baptiste; Buchler, Norbou & Du Cluzel, François (eds.), *Cognitive Warfare: The Future of Cognitive Dominance*. NATO-STO Collaboration Support Office (pp. 65-76), p. 66. 70 Wunder, Michael (2022). Narratives Overwhelm the World: A "Brief Hello Talk". En Claverie, Bernard; Prébot, Baptiste; Buchler, Norbou & Du Cluzel, François (eds.), *Cognitive Warfare: The Future of Cognitive Dominance*. NATO-STO Collaboration Support Office (pp. 77-80), p. 78; Du Cluzel, François (2021). *Cognitive Warfare*. Innovation Hub, p. 28. 71 Reding, Dale F. & Wells, Bryan (2022). Cognitive Warfare: NATO, COVID-19 and the Impact of Emerging and Disruptive Technologies. En Gill, Ritu & Goolsby, Rebecca (eds.), *COVID-19 Disinformation: A Multi-National, Whole of Society Perspective*. Springer (pp. 25-46), p. 28

V La guerra cognitiva como tecnología del futuro

1 Harari, Yuval Noah (14 de mayo de 2018). *El nacionalismo en el siglo XXI - Yuval Noah Harari en el Cónclave India Today 2018* [Vídeo]. YouTube.

2 Modern War Institute (29 de octubre de 2018). *Dr James Giordano: El cerebro es el campo de batalla del futuro* [Vídeo]. YouTube.

3 Lanata, André (2022). Prefacio - Por el Comandante Supremo Aliado Transformación. En Claverie, Bernard; Prébot, Baptiste; Buchler, Norbou & Du Cluzel, François (eds.), *Cognitive Warfare: The Future of Cognitive Dominance*. NATO-STO Collaboration Support Office (pp. 14-15), p. 14.

4 Du Cluzel, François (2021). *La guerra cognitiva*. Innovation Hub, p. 36.

5 NATOCanada (5 de octubre de 2021). *Canada - NATO Innovation Challenge Fall 2021: Cognitive Warfare* [Vídeo]. YouTube.

6 citado de: OTAN. OTAN 2030: Hacer una Alianza fuerte aún más fuerte. *Nato.int*.

7 Du Cluzel, François (2021). *La guerra cognitiva*. Innovation Hub, p. 19.

8 Weiß, René-Pascal (7 de marzo de 2020). Microchips bajo la piel: pagar con la mano: ¿así es nuestro futuro? *stern*; Bundesverband Sicherheitstechnik (agosto de 2020). Breve introducción a la tecnología RFID. *BHE-Info*.

9 Läsker, Kristina (20 de octubre de 2019). "El chip se ha convertido en parte de mi cuerpo". *Der Spiegel*. 10 Roos, Meghan (12 de marzo de 2021). People Get Microchips Implanted That Include Vaccine Records Amid New COVID Restrictions. *Newsweek*. 11 Spiegel Science (17 de julio de 2019). Elon Musk quiere meterse en tu cabeza. *Der Spiegel*. 12 Spiegel Wissenschaft (24 de enero de 2022). Neuralink, la empresa de Elon Musk, anuncia pruebas con humanos. *Der Spiegel*. 13 Cole, August & Le Guyader, Hervé (2020). *NATO's 6th Domain of Operations*. Innovation Hub, p. 21. 14 Du Cluzel, François (2021). *Cognitive warfare*. Innovation Hub, p. 17. 15 Cole, August & Le Guyader, Hervé (2020). *NATO's 6th Domain of Operations*. Innovation Hub, pp. 19-20. 16 Buchler, Norbou (2022). Madurez técnica de los sistemas cognitivos de redes humanas. En Claverie, Bernard; Prébot, Baptiste; Buchler, Norbou & Du Cluzel, François (eds.), *Cognitive Warfare: The Future of Cognitive Dominance*. NATO-STO Collaboration Support Office (pp. 65-76), pp. 59, 63. 17 Claverie, Bernard & Kowalczuk, Barbara (2022). Cyberpsychology. En Claverie, Bernard; Prébot, Baptiste; Buchler, Norbou & Du Cluzel, François (eds.), *Cognitive Warfare: The Future of Cognitive Dominance*. NATO-STO Collaboration Support Office (pp. 89-94), p. 91. 18 Harari, Yuval Noah (14 de mayo de 2018). *El nacionalismo en el siglo XXI - Yuval Noah Harari en el Cónclave India Today 2018* [Vídeo]. YouTube. 19 Claverie, Bernard & Du Cluzel, François (2022). "Guerra cognitiva": el advenimiento del concepto de "cognitics" en el campo de la guerra. En Claverie, Bernard; Prébot, Baptiste; Buchler, Norbou & Du Cluzel, François (eds.), *Cognitive Warfare: The Future of Cognitive Dominance*. NATO-STO Collaboration Support Office (pp. 25-32), p. 30. 20 Claverie, Bernard & Du Cluzel, François (2022). "Cognitive Warfare": the Advent of the Concept of "Cognitics" in the Field of Warfare. En Claverie, Bernard; Prébot, Baptiste; Buchler, Norbou & Du Cluzel, François (eds.), *Cognitive Warfare: The Future of Cognitive Dominance*. NATO-STO Collaboration Support Office (pp. 25-32), p. 30. 21 Ibrügger, Lothar (ponente). (9 de septiembre de 2005). Asamblea Parlamentaria de la OTAN. Subcomité "Proliferación de Tecnología Militar". Nanotecnología y Política de Seguridad. *Secretariado Internacional/Bundestag*. 22 Ibrügger, Lothar (ponente). (9 de septiembre de 2005). Asamblea Parlamentaria de la OTAN. Subcomité "Proliferación de Tecnología Militar". Nanotecnología y Política de Seguridad. *Secretariado Internacional/Bundestag*, p. 7. 23

Ehlert, Ulf (16 de diciembre de 2021). Why our values should drive our technology choices. *Revista de la OTAN*. 24 Claverie, Bernard & Du Cluzel, François (2022). "Cognitive Warfare": the Advent of the Concept of "Cognitics" in the Field of Warfare. En Claverie, Bernard; Prébot, Baptiste; Buchler, Norbou & Du Cluzel, François (eds.), *Cognitive Warfare: The Future of Cognitive Dominance*. NATO-STO Collaboration Support Office (pp. 25-32), p. 30. 25 Claverie, Bernard & Du Cluzel, François (2022). "Cognitive Warfare": the Advent of the Concept of "Cognitics" in the Field of Warfare. En Claverie, Bernard; Prébot, Baptiste; Buchler, Norbou & Du Cluzel, François (eds.), *Cognitive Warfare: The Future of Cognitive Dominance*. NATO-STO Collaboration Support Office (pp. 25-32), p. 29. 26 Clay, Buck (12 de enero de 2016). El F-35 de la guerra terrestre: el programa Land Warrior del Ejército. *Business Insider*. 27 Claverie, Bernard & Du Cluzel, François (2022). "Cognitive Warfare": the Advent of the Concept of "Cognitics" in the Field of Warfare. En Claverie, Bernard; Prébot, Baptiste; Buchler, Norbou & Du Cluzel, François (eds.), *Cognitive Warfare: The Future of Cognitive Dominance*. NATO-STO Collaboration Support Office (pp. 25-32), p. 29. 28 Du Cluzel, François (2021). *Cognitive Warfare*. Innovation Hub, p. 11. 29 Cameron, James (director). 1984. *The Terminator* [película]. Gale Anne Hurd. 30 Claverie, Bernard & Kowalczuk, Barbara (2022). Cyberpsychology. En Claverie, Bernard; Prébot, Baptiste; Buchler, Norbou & Du Cluzel, François (eds.), *Cognitive Warfare: The Future of Cognitive Dominance*. NATO-STO Collaboration Support Office (pp. 89-94), p. 89. 31 Mitschka, Jochen (11 de octubre de 2018). Insectos aliados: El Pentágono parece estar desarrollando armas biológicas. *Telepolis*. 32 Reeves, Guy (4 de octubre de 2018). ¿Un paso hacia la guerra biológica con insectos? Un programa de investigación de la Agencia de Investigación del Departamento de Defensa de Estados Unidos podría ser fácilmente mal utilizado para desarrollar armas biológicas. *Instituto Max Planck de Biología Evolutiva, Plön*; Reeves, Guy et al. (2018). Investigación agrícola, ¿o un nuevo sistema de armas biológicas? *Science, 362*(6410), pp. 35-37. 33 Departamento del Ejército (24 de febrero de 1977). U. S. Army Activity in the U. S. Biological Warfare Programmes. *Archivos de Seguridad Nacional*. 34 Mitschka, Jochen (11 de octubre de 2018). Insectos aliados: El Pentágono parece estar desarrollando armas biológicas. *Telepolis*. 35 Bodner, Matthew & Mehta, Aaron (2 de noviembre de 2017). Cómo un proyecto de investigación del Pentágono convenció a Vladimir Putin de una próxima guerra biológica. *Air Force Times*. 36 EUvsDisinfo (31 de octubre de 2017). Disinfo: Occidente, principalmente

Estados Unidos, está recogiendo material biológico en Rusia para crear un arma biológica que destruya a los rusos. *euvsdisinfo.eu*. 37 Stöcker, Christian (18 de septiembre de 2022). Cómo las mentiras de Putin llegaron al Bundestag. *Der Spiegel*. 38 Du Cluzel, François (2021). *Cognitive warfare*. Innovation Hub, p. 23. 39 Du Cluzel, François (2021). *Cognitive warfare*. Innovation Hub, p. 23. 40 Qiu, Linda (11 de marzo de 2022). Theory About U.S.-Funded Bioweapons Labs in Ukraine Is Unfounded. *The New York Times*. 41 Snowdon Smith, Zachary (10 de marzo de 2022). How Russia Sowed A Conspiracy Theory About U.S. Bioweapons In Ukraine. *Forbes*. 42 TACC (13 de septiembre de 2022). Chinese Foreign Ministry: US Could Not Refute Russia's Allegations of Bioweapons Development. *Tass.ru*. (Traducción del ruso). 43 Departamento de Defensa de EEUU (22 de junio de 2022). Fact Sheet on WMD Threat Reduction Efforts with Ukraine, Russia and Other Former Soviet Union Countries. *Defence.gov*. 44 Pilkington, Ed & Oladipo, Gloria (22 de marzo de 2022). ¿Cuáles son las afirmaciones de Rusia sobre armas biológicas y qué está ocurriendo realmente? *The Guardian*. 45 Armatización o militarización. 46 Claverie, Bernard & Du Cluzel, François (2022). "Cognitive Warfare": the Advent of the Concept of "Cognitics" in the Field of Warfare. En Claverie, Bernard; Prébot, Baptiste; Buchler, Norbou & Du Cluzel, François (eds.), *Cognitive Warfare: The Future of Cognitive Dominance*. NATO-STO Collaboration Support Office (pp. 25-32), p. 27. 47 Montocchio, Philippe (2022). Prólogo - Por el Director Adjunto de la Oficina de Apoyo a la Colaboración de la OTAN (CSO). En Claverie, Bernard; Prébot, Baptiste; Buchler, Norbou & Du Cluzel, François (eds.), *Cognitive Warfare: The Future of Cognitive Dominance*. NATO-STO Collaboration Support Office (pp. 12-13), pp. 12-13. 48 Bienvenue, Emily; Rogers, Zac & Troath, Sian (20 de septiembre de 2018). Cognitive Warfare. La guerra cognitiva es la lucha que tenemos y debemos reorientarnos para afrontar este reto. *La Cala*. 49 Du Cluzel, François (2021). *Cognitive warfare*. Innovation Hub, p. 6. 50 Du Cluzel, François (2021). *Cognitive warfare*. Innovation Hub, p. 6, 17. 51 Du Cluzel, François (2021). *Cognitive warfare*. Innovation Hub, p. 20. 52 Du Cluzel, François (2021). *Cognitive warfare*. Innovation Hub, p. 20. 53 Du Cluzel, François (2021). *Guerra cognitiva*. Innovation Hub, p. 21. 54 Du Cluzel, François (2021). *Cognitive Warfare*. Innovation Hub, p. 22. 55 Du Cluzel, François (2021). *Cognitive warfare*. Innovation Hub, p. 21. 56 1-3 de junio de 2021. *Cognition Workshop*. *Soluciones innovadoras para mejorar la cognición*. Innovation Hub, p. 25. 57 1-3 de junio de 2021. *Cognition Workshop*.

Soluciones innovadoras para mejorar la cognición. Innovation Hub, p. 25. 58 Du Cluzel, François (2021). *Cognitive Warfare*. Innovation Hub, p. 21. 59 Modern War Institute (29 de octubre de 2018). *Dr James Giordano: El cerebro es el campo de batalla del futuro* [Vídeo]. YouTube. 60 Este punto se puede encontrar en una de las diapositivas de PowerPoint, pero Giordano no lo explica en detalle. 61 Modern War Institute (29 de octubre de 2018). *Dr James Giordano: El cerebro es el campo de batalla del futuro* [Vídeo]. YouTube. 62 Modern War Institute (29 de octubre de 2018). *Dr James Giordano: El cerebro es el campo de batalla del futuro* [Vídeo]. YouTube. 63 CIA (julio de 1963). Interrogatorio de contrainteligencia Kubark. *Archivos de Seguridad Nacional*; McCoy, Alfred (2006). A Question of Torture: CIA Interrogation, from the Cold War to the War on Terror (American Empire Project). *Henry Holt*. 64 En inglés: tDCS o transcranial direct-current stimulation. 65 Au, Jacky et al. (2016). Potenciación del entrenamiento de la memoria de trabajo con estimulación transcraneal de corriente directa. *Journal of cognitive neuroscience*, *28*(9), pp. 1419-1432. 66 Mietzel, Gerd (2017). *Psicología educativa del aprendizaje y la enseñanza*. Hogrefe, p. 285. 67 Oung, Angelica (4 de julio de 2022). China uses 'mind-reading AI' to test loyalty of Communist Party members. *The Telegraph*. 68 Du Cluzel, François (2021). *Cognitive warfare*. Innovation Hub, p. 17; Kedia, Gayannée; Harris, Lasana; Lelieveld, Gert-Jan& van Dillen, Lotte (2017). Del cerebro al campo: las aplicaciones de la neurociencia social a la economía, la salud y el derecho. *Brain sciences*, *7*(8), p. 94. 69 NATOCanada (5 de octubre de 2021). *Canada - NATO Innovation Challenge Fall 2021: Cognitive Warfare* [Vídeo]. YouTube. 70 Woodruff Swan, Betsy; Desiderio, Andrew; Seligman, Lara & Banco, Erin (22 de abril de 2021). El Pentágono investigó presuntos ataques rusos de energía dirigida contra tropas estadounidenses. *Politico*. 71 Modern War Institute (29 de octubre de 2018). *Dr James Giordano: El cerebro es el campo de batalla del futuro* [Vídeo]. YouTube. 72 NATOCanada (5 de octubre de 2021). *Canadá - NATO Innovation Challenge Fall 2021: Guerra cognitiva* [Vídeo]. YouTube. 73 Du Cluzel, François (2021). *Cognitive Warfare*. Innovation Hub, p. 7. 74 Jérusalem, Antoine (7 de noviembre de 2018). Control mental mediante ondas sonoras? Preguntamos a un científico cómo funciona. *Foro económico mundial*. 75 Jérusalem, Antoine (7 de noviembre de 2018). Control mental mediante ondas sonoras? Preguntamos a un científico cómo funciona. *Foro económico mundial*. 76 Jérusalem, Antoine (7 de noviembre de 2018). Control mental mediante ondas sonoras? Preguntamos a un científico cómo funciona. *Foro*

económico mundial. 77 Jérusalem, Antoine (7 de noviembre de 2018). Control mental mediante ondas sonoras? Preguntamos a un científico cómo funciona. *Foro económico mundial*. 78 Nolan, Hamilton (9 de febrero de 2023). Un mundo en el que tu jefe espía tus ondas cerebrales? That future is near. *The Guardian*. 79 Nativa Economics (21 de enero de 2023). *¿Preparados para la transparencia cerebral? #WEF23 #Davos* [Vídeo]. YouTube. 80 Nativa Economics (21 de enero de 2023). *¿Preparados para la transparencia cerebral? #WEF23 #Davos* [Vídeo]. YouTube. 81 Nolan, Hamilton (9 de febrero de 2023). ¿Un mundo en el que tu jefe espía tus ondas cerebrales? That future is near. *The Guardian*. 82 Nolan, Hamilton (9 de febrero de 2023). ¿Un mundo en el que tu jefe espía tus ondas cerebrales? That future is near. *The Guardian*. 83 Claverie, Bernard; Prébot, Baptiste; Buchler, Norbou & Du Cluzel, François (2022). Cognitive Warfare. Resumen. En Claverie, Bernard; Prébot, Baptiste; Buchler, Norbou & Du Cluzel, François (eds.), *Cognitive Warfare: The Future of Cognitive Dominance*. NATO-STO Collaboration Support Office (pp. 21-22), p. 21. 84 Moreno, Jonathan D. (2008/2012). *Mind Wars. La ciencia del cerebro y los militares en el siglo XXI*. Bellevue Literary Press, pp. 24-25. 85 Du Cluzel, François (2021). *Cognitive Warfare*. Innovation Hub, p. 19. 86 Claverie, Bernard & Du Cluzel, François (2022). "Cognitive Warfare": the Advent of the Concept of "Cognitics" in the Field of Warfare. En Claverie, Bernard; Prébot, Baptiste; Buchler, Norbou & Du Cluzel, François (eds.), *Cognitive Warfare: The Future of Cognitive Dominance*. NATO-STO Collaboration Support Office (pp. 25-32), p. 25 f. 87 Claverie, Bernard & Du Cluzel, François (2022). "Cognitive Warfare": the Advent of the Concept of "Cognitics" in the Field of Warfare. En Claverie, Bernard; Prébot, Baptiste; Buchler, Norbou & Du Cluzel, François (eds.), *Cognitive Warfare: The Future of Cognitive Dominance*. NATO-STO Collaboration Support Office (pp. 25-32), p. 21. 88 DW News (4 de junio de 2021). *The future of modern warfare: How technology is transforming conflict | Análisis de DW* [Vídeo]. YouTube. 89 NATO Factsheet (junio de 2021). NATO 2030. *nato.int*

VI Resumen de la guerra cognitiva

1 Du Cluzel, François (2021). *La guerra cognitiva*. Innovation Hub, p. 18.

2 Someodstuff (28 de septiembre de 2011). *Aldous Huxley entrevistado por Mike Wallace : 1958 (Completo)* [Vídeo]. YouTube.

3 NATOCanada (5 de octubre de 2021). *Canada - NATO Innovation Challenge - Fall 2021: Cognitive Warfare* [Vídeo]. YouTube.

4 Las consideraciones relativas a un "ámbito humano" como posible sexto teatro de guerra para la OTAN se tratan en detalle en el capítulo "El ámbito humano como posible sexto teatro de guerra".

5 Du Cluzel, François (2021). *La guerra cognitiva*. Innovation Hub, p. 36.

6 Claverie, Bernard & Du Cluzel, François (2022). "Cognitive Warfare": the Advent of the Concept of "Cognitics" in the Field of Warfare. En Claverie, Bernard; Prébot, Baptiste; Buchler, Norbou & Du Cluzel, François (eds.), *Cognitive Warfare: The Future of Cognitive Dominance*. NATO-STO Collaboration Support Office (pp. 25-32), p. 28.

7 Claverie, Bernard & Du Cluzel, François (2022). "Cognitive Warfare": the Advent of the Concept of "Cognitics" in the Field of Warfare. En Claverie, Bernard; Prébot, Baptiste; Buchler, Norbou & Du Cluzel, François (eds.), *Cognitive Warfare: The Future of Cognitive Dominance*. NATO-STO Collaboration Support Office (pp. 25-32), p. 28

8 Montocchio, Philippe (2022). Prólogo - Por el Director Adjunto de la OTAN

Oficina de Apoyo a la Colaboración (OAC). En Claverie, Bernard; Prébot, Baptiste; Buchler, Norbou & Du Cluzel, François (eds.), *Cognitive Warfare: The Future of Cognitive Dominance*. NATO-STO Collaboration Support Office (pp. 12-13), p. 12.

9 Reding, Dale F. & Wells, Bryan (2022). Cognitive Warfare: NATO, COVID-19 and the Impact of Emerging and Disruptive Technologies. En Gill, Ritu & Goolsby, Rebecca (eds.), *COVID-19 Disinformation: A Multi-National, Whole of Society Perspective*. Springer (pp. 25-46), p. 28. 10 Orinx, Kimberly & Struye de Swielande, Tanguy (2022). China y la guerra cognitiva: ¿Por qué está perdiendo Occidente? En Claverie, Bernard; Prébot, Baptiste; Buchler, Norbou & Du Cluzel, François (eds.), *Cognitive Warfare: The Future of Cognitive Dominance*. NATO-STO Collaboration Support Office (pp. 81-88), p. 84. 11 Orinx, Kimberly & Struye de Swielande, Tanguy (2022). China y la guerra cognitiva: ¿Por qué está perdiendo Occidente? En Claverie, Bernard; Prébot, Baptiste; Buchler, Norbou & Du Cluzel, François (eds.), *Cognitive Warfare: The Future of Cognitive Dominance*. NATO-STO Collaboration Support Office (pp. 81-88), p. 82. 12 Stoianov, Nikolai (2020). Conclusion - Cognitive Warfare and its Implications for the NATO STO IST Panel. En Claverie, Bernard; Prébot, Baptiste; Buchler, Norbou & Du

Cluzel, François (eds.), *Cognitive Warfare: The Future of Cognitive Dominance*. NATO-STO Collaboration Support Office (p. 109), p. 109. 13 Du Cluzel, François (2021). *Cognitive Warfare*. Innovation Hub, p. 7. 14 Cole, August & Le Guyader, Hervé (2020). *NATO's 6th Domain of Operations*. Innovation Hub, p. 8. 15 Bernal, Alonso; Carter, Cameron; Singh, Ishpreet; Cao, Kathy & Madreperla, Olivia (2020) *Cognitive Warfare. Un ataque contra la verdad y el pensamiento*. OTAN, Universidad Johns Hopkins, p. 39. 16 Du Cluzel, François (2021). *Cognitive Warfare*. Innovation Hub, p. 5. 17 Claverie, Bernard & Du Cluzel, François (2022). "Cognitive Warfare": the Advent of the Concept of "Cognitics" in the Field of Warfare. En Claverie, Bernard; Prébot, Baptiste; Buchler, Norbou & Du Cluzel, François (eds.), *Cognitive Warfare: The Future of Cognitive Dominance*. NATO-STO Collaboration Support Office (pp. 25-32), p. 26. 18 Claverie, Bernard & Du Cluzel, François (2022). "Cognitive Warfare": the Advent of the Concept of "Cognitics" in the Field of Warfare. En Claverie, Bernard; Prébot, Baptiste; Buchler, Norbou & Du Cluzel, François (eds.), *Cognitive Warfare: The Future of Cognitive Dominance*. NATO-STO Collaboration Support Office (pp. 25-32), p. 26, véase también: "[...] un cerebro conectado, en particular el cerebro conectado de un soldado, dará lugar a formas ofensivas y defensivas de "guerra cognitiva"", p. 30. 19 Du Cluzel, François (2021). *Cognitive Warfare*. Innovation Hub, p. 28. 20 Du Cluzel, François (2021). *Cognitive Warfare*. Innovation Hub, p. 6. 21 Du Cluzel, François (2021). *Cognitive Warfare*. Innovation Hub, p. 32. 22 Du Cluzel, François (2021). *Cognitive Warfare*. Innovation Hub, p. 29. 23 Cole, August & Le Guyader, Hervé (2020). *NATO's 6th Domain of Operations*. Innovation Hub, p. 12. 24 Autellet, Eric (2022). Cognitive Warfare - Contribution of the French Armed Forces Deputy Chief of Defence. En Claverie, Bernard; Prébot, Baptiste; Buchler, Norbou & Du Cluzel, François (eds.), *Cognitive Warfare: The Future of Cognitive Dominance*. NATO-STO Collaboration Support Office (pp. 23-24), p. 24. 25 Test (30 de noviembre de 2021). *NATO Innovation Challenge - Fall 2021* [Vídeo]. YouTube. 26 Wolin, Sheldon (2008/2022). *Inverted Totalitarianism: Factual Power Relations and Their Destructive Effects on Our Democracy*. Westend, p. 151. 27 Stoianov, Nikolai (2020). Conclusion - Cognitive Warfare and its Implications for the NATO STO IST Panel. En Claverie, Bernard; Prébot, Baptiste; Buchler, Norbou & Du Cluzel, François (eds.), *Cognitive Warfare: The Future of Cognitive Dominance*. NATO-STO Collaboration Support Office (p. 109), p. 109. 28 Montocchio, Philippe (2022). Prólogo - Por el Director Adjunto de la Oficina de Apoyo a

la Colaboración de la OTAN (CSO). En Claverie, Bernard; Prébot, Baptiste; Buchler, Norbou & Du Cluzel, François (eds.), *Cognitive Warfare: The Future of Cognitive Dominance*. NATO-STO Collaboration Support Office (pp. 12-13), p. 12. 29 Cole, August & Le Guyader, Hervé (2020). *NATO's 6th Domain of Operations*. Innovation Hub, p. 8. 30 Cole, August & Le Guyader, Hervé (2020). *NATO's 6th Domain of Operations*. Innovation Hub, p. 8; Le Guyader, Hervé (2022). Cognitive Domain: ¿Un sexto dominio de operaciones? En Claverie, Bernard; Prébot, Baptiste; Buchler, Norbou & Du Cluzel, François (eds.), *Cognitive Warfare: The Future of Cognitive Dominance*. NATO-STO Collaboration Support Office (pp. 33-38), p. 34. 31 Du Cluzel, François (2021). *Cognitive Warfare*. Innovation Hub, p. 25

VII Actualidad de la guerra cognitiva y posibles salidas

1 Cull, Nicholas J. (22 de abril de 2019). Nick Cull responde más preguntas sobre la propaganda. *Centro de Diplomacia Pública de la USC*.

2 South China Morning Post (9 de julio de 2022). '*This is a war of propaganda': John Pilger on Ukraine and Assange | Talking Post with Yonden Lhatoo* [Vídeo]. YouTube.

3 Fuerzas Armadas de Austria (23 de septiembre de 2022). *Guerra cognitiva - La lucha por tu corazón y tu mente* [Vídeo]. YouTube.

4 Fuerzas Armadas de Austria (23 de septiembre de 2022). *Cognitive Warfare - The Fight for your Heart and Mind* [Vídeo]. YouTube.

5 Pilger, John (director). (2016). *La guerra que viene contra China* [Película]. John Pilger y Dartmouth Films.

6 Claverie, Bernard (2022). ¿Qué es la cognición? Y cómo convertirla en uno de los Caminos de la Guerra. En Claverie, Bernard; Prébot, Baptiste; Buchler, Norbou & Du Cluzel, François (eds.), *Cognitive Warfare: The Future of Cognitive Dominance*. NATO-STO Collaboration Support Office (pp. 39-58), p. 55.

7 Davison, W. Phillips. (1983). El efecto de tercera persona en la comunicación. *Public opinion quarterly 47*(1), pp. 1-15. 8 Buchler, Norbou (2022). Madurez técnica de los sistemas cognitivos de redes humanas. En Claverie, Bernard; Prébot, Baptiste; Buchler, Norbou & Du Cluzel, François (eds.), *Cognitive Warfare: The Future of Cognitive Dominance*. NATO-STO Collaboration Support Office (pp. 65-76), pp. 68, 69. 9 Kantara,

John; Langelage, Thomas & Cohen, Lewis (directores). (2022). *Mentiras y verdades: la guerra. El poder de la información*. [Película]. taglicht media GmbH, Rezolution pictures. 10 Wanless, Alicia & Berk, Michael (2021). Participatory propaganda: The engagement of audiences in the spread of persuasive communications. *Social Media and Social Order* (pp. 111-139), p. 112; Garrett, R. Kelly & Weeks, Brian E. (febrero de 2013). La promesa y el peligro de las correcciones en tiempo real de las percepciones políticas erróneas. En *Proceedings of the 2013 conference on Computer supported cooperative work*, pp. 1047-1058. 11 Zinn, Howard (1968). *Desobediencia y democracia*. Vintage Books, pp. 118-119. 12 Du Cluzel, François (2021). *Cognitive Warfare*. Innovation Hub, p. 29. 13 Claverie, Bernard (2022). ¿Qué es la cognición? And how to make it one of the Ways of War. En Claverie, Bernard; Prébot, Baptiste; Buchler, Norbou & Du Cluzel, François (eds.), *Cognitive Warfare: The Future of Cognitive Dominance*. NATO-STO Collaboration Support Office (pp. 39-58), p. 53. 14 Claverie, Bernard (2022). ¿Qué es la cognición? And how to make it one of the Ways of War. En Claverie, Bernard; Prébot, Baptiste; Buchler, Norbou & Du Cluzel, François (eds.), *Cognitive Warfare: The Future of Cognitive Dominance*. NATO-STO Collaboration Support Office (pp. 39-58), p. 53. 15 Zuboff, Shoshana (2018). *La era del capitalismo de la vigilancia*. Campus, p. 543. 16 Zuboff, Shoshana (2018). *La era del capitalismo de la vigilancia*. Campus, p. 543. 17 En el caso de Milgram, manipulación por parte de las autoridades. 18 Milgram, Stanley (1974/2017). *El experimento de Milgram. Sobre la disposición a obedecer a la autoridad*. Rowohlt, p. 143. 19 Dolan, Eric W. (6 de noviembre de 2016). El análisis de grabaciones de audio arroja nueva luz sobre el famoso experimento de obediencia de Stanley Milgram. *Psicología social*. 20 Milgram, Stanley (1974/2017). *El experimento de Milgram. Sobre la disposición a obedecer a la autoridad*. Rowohlt, pp. 91, 155. 21 Milgram, Stanley (1974/2017). *El experimento de Milgram. Sobre la disposición a obedecer a la autoridad*. Rowohlt, p. 53. 22 Archivo (25 de enero de 2000). "Daños colaterales", elegida palabra del año 1999. *Deutschlandfunk*. 23 Rutchick, Abraham M. et al. (2017). Technologically facilitated remoteness increases killing behaviour. *Journal of Experimental Social Psychology 73*, pp. 147-150. 24 Milgram, Stanley (1974/2017). *El experimento de Milgram. Sobre la disposición a obedecer a la autoridad*. Rowohlt, p. 190. 25 Milgram, Stanley (1974/2017). *El experimento de Milgram. Sobre la disposición a obedecer a la autoridad*. Rowohlt, p.

137. 26 Cole, August & Le Guyader, Hervé (2020). *NATO's 6th Domain of Operations*. Innovation Hub, p. 11

VIII Reconocer, comprender y neutralizar las armas manipuladoras de la guerra cognitiva: una visión general

1 Hersh, Seymour (8 de febrero de 2023). How America Took Out The Nord Stream Pipeline. *Substack.com*.

2 AFP (25 de marzo de 2023). Nueva pista sobre Nord Stream: ¿Se dirigieron los barcos rusos a la escena del crimen? *zdf heute*.

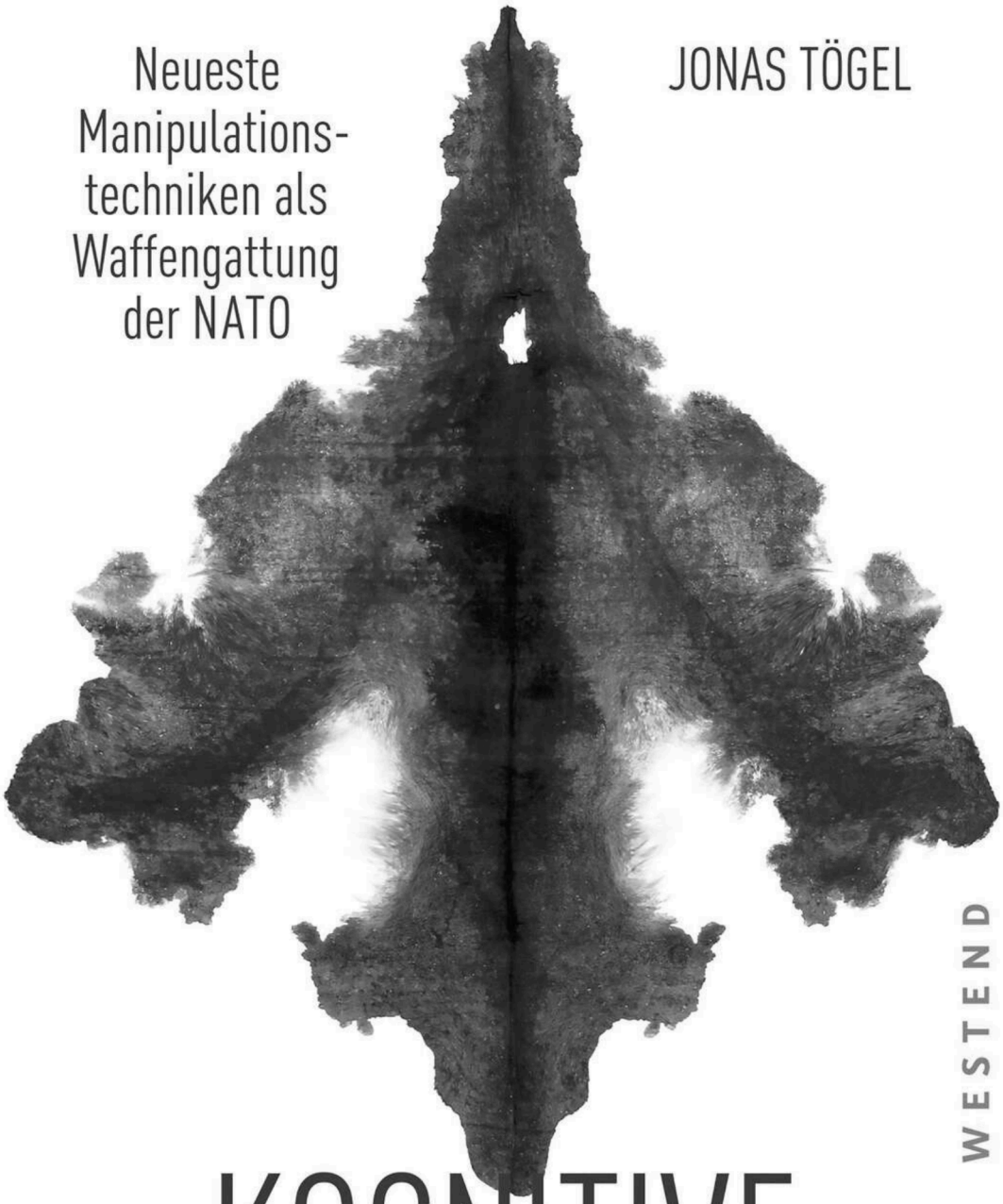
3 al (26 de marzo de 2023). Rusia, Ucrania, EE.UU.. Una nueva pista proporciona un tercer posible autor del sabotaje del Nord Stream. *Focus Online*.

Epílogo

1 1-3 de junio de 2021. *Taller sobre cognición. Soluciones innovadoras para mejorar la cognición*. Innovation Hub, p. 3.

Neueste Manipulationstechniken als Waffengattung der NATO

JONAS TÖGEL



KOGNITIVE KRIEGSFÜHRUNG

WESTEND